

PERÚ: ELECCIONES 2016

Un país dividido y un resultado inesperado

FERNANDO TUESTA SOLDEVILLA
editor

PERÚ: ELECCIONES 2016
Un país dividido y un resultado inesperado

FERNANDO TUESTA SOLDEVILLA
editor

PERÚ: ELECCIONES 2016

Un país dividido y un resultado inesperado



FONDO
EDITORIAL

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ
Centro Bibliográfico Nacional

324.985 Perú : elecciones 2016 : un país dividido y un resultado inesperado / editor, Fernando
P3 Tuesta Soldevilla.-- 1a ed.-- Lima : Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial,
2017 (Lima : Tarea Asociación Gráfica Educativa).
386 p. : il. (algunas col.), diagrs., mapas ; 24 cm.

Incluye bibliografías.

D.L. 2017-08447

ISBN 978-612-317-278-7

1. Elecciones - Perú - 2016 - Ensayos, conferencias, etc. 2. Candidatos presidenciales - Perú - 2016 3. Candidatos políticos - Aspectos morales y éticos - Perú 4. Partidos políticos - Perú I. Tuesta Soldevilla, Fernando, 1955-, editor II. Pontificia Universidad Católica del Perú

BNP: 2017-2080

Perú: elecciones 2016

Un país dividido y un resultado inesperado

Fernando Tuesta Soldevilla (ed.)

De esta edición:

© Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial, 2017

Av. Universitaria 1801, Lima 32, Perú

feditor@pucp.edu.pe

www.fondoeditorial.pucp.edu.pe

Diseño, diagramación, corrección de estilo
y cuidado de la edición: Fondo Editorial PUCP

Primera edición: julio de 2017

Tiraje: 1000 ejemplares

Prohibida la reproducción de este libro por cualquier medio,
total o parcialmente, sin permiso expreso de los editores

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2017-08447

ISBN: 978-612-317-278-7

Registro del Proyecto Editorial: 31501361700768

Impreso en Tarea Asociación Gráfica Educativa
Pasaje María Auxiliadora 156, Lima 5, Perú

Índice

| | |
|---|-----|
| Presentación | 9 |
| Elecciones competitivas y resultados imprevistos <i>Fernando Tuesta Soldevilla</i> | 11 |
| El sueño de las elecciones internas: la selección de candidatos <i>Félix Puémape / Fernando Jiménez</i> | 41 |
| Partidos pobres, campañas ricas <i>Denisse Rodríguez Olivari</i> | 65 |
| Las lógicas de las planchas presidenciales <i>Henry Ayala Abril</i> | 91 |
| Con cuota o sin cuota: candidatas exitosas para el Congreso <i>Diego Uchuypoma Soria / Flavia Freidenberg</i> | 119 |
| Equipos en campaña <i>Verónica Ayala Richter / Enrique Patriau</i> | 155 |
| Cierres de campaña y el discurso de los candidatos <i>Lilian Kanashiro</i> | 179 |
| El debate en debate <i>Carla Cueva</i> | 211 |
| Redes sociales en campaña presidencial <i>Fernando Tuesta Soldevilla / Essy Mirella Vásquez Oruna</i> | 231 |

| | |
|---|-----|
| ¿Una elección atípica? | |
| <i>Martín Tanaka / Paolo Sosa Villagarcía / Félix Puémape</i> | 259 |
| Elecciones en Lima: características e ideas sobre el elector limeño | |
| <i>Rafael Arias Valverde / Cristhian Jaramillo Huamán</i> | 287 |
| Partidos nacionales, políticos locales: una mirada a las candidaturas parlamentarias desde el sur del Perú | |
| <i>Mauricio Zavaleta / Paulo Vilca</i> | 309 |
| Solo el número importa: el lugar del voto preferencial | |
| <i>Henry Ayala Abril / Luis Mas Castillo</i> | 337 |
| Transfuguismo y reelección: ¿una forma de sobrevivir en la política? | |
| <i>Milagros Campos</i> | 361 |
| Sobre los autores | 383 |

PRESENTACIÓN

Estudiar los partidos políticos en un país que, se asume, carece de ellos, es un reto. Hacerlo en una campaña electoral es un reto doble, porque no se les encuentra con facilidad allí donde deberían estar. Sin embargo, los partidos políticos existen o, en todo caso, resultan imprescindibles para formar la representación. No hay manera de acceder al poder si no es a través de estas organizaciones políticas que, mal que bien, continúan siendo el vehículo que los candidatos necesitan para desarrollar sus carreras políticas.

Las elecciones de 2016 fueron particularmente importantes pues de ellas emergió el cuarto presidente electo de manera consecutiva, como no ocurría desde hace más de un siglo, y porque dicho mandatario tendría que enfrentar un escenario de desaceleración económica en contraste con los años de crecimiento anteriores. A esa situación adversa se agregaban problemas de narcotráfico e inseguridad ciudadana.

Frente a esta coyuntura se presentó un abanico de candidatos, pero al final solo quedó la mitad. Y aunque figuraban entre los competidores dos expresidentes y políticos con experiencia, fue Keiko Fujimori la que se consolidó, durante mucho tiempo y hasta escasos días de la segunda vuelta, como la ganadora. En otras palabras, a pesar de que la incertidumbre parecía baja, los resultados fueron imprevistos. Perder en los últimos días fue un golpe que trizó, de algún modo, el desempeño posterior de Keiko Fujimori como lideresa de la oposición.

Y es que, en nuestro país, allí donde no se crean mayorías, los sentimientos contrarios a uno de los candidatos suelen ser la dinámica que anima el voto en nuestro sistema de segunda vuelta. Por segunda vez, a través del voto, se le negó a la hija de Alberto Fujimori el acceso al poder. No obstante, el triunfo de Pedro Pablo Kuczynski no se puede explicar sin los eventos que terminaron con la separación

de César Acuña y de Julio Guzmán. Una elección pues, como otras en nuestro país, de resultados inesperados.

El Grupo de Investigación de Partidos y Elecciones (GIPE) de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) se creó justamente con el propósito de investigar a los partidos políticos y a los procesos electorales, y está compuesto por profesores de la especialidad de Ciencia Política de la universidad, así como por egresados y estudiantes de posgrado. Así, decidimos observar el proceso electoral de 2016, no siguiendo a los candidatos y partidos políticos por separado, sino acercándonos a ellos desde diversos ángulos. En consecuencia, analizar la composición de sus fórmulas presidenciales, sus elecciones internas, los gastos y el dinero en las elecciones, sus equipos de campaña, la forma en que utilizaron las redes sociales y en que articularon sus discursos, incluyendo los debates presidenciales, era una manera de observar, en la práctica, cómo se desenvolvían los partidos y cómo hacían campaña. A este estudio hay que añadir los resultados electorales, tanto en Lima como en provincias, así como el desempeño y los efectos del tipo de elección parlamentaria a través del voto preferencial.

Este libro es, pues, el resultado de un esfuerzo colectivo por indagar y explicar este fenómeno político. Este esfuerzo no podría haber logrado sus objetivos si no hubiera contado con el apoyo del Vicerrectorado de Investigación, así como de la Escuela de Gobierno y Políticas Públicas de nuestra universidad. A sus autoridades nuestro agradecimiento, que se extiende también al Fondo Editorial, que desde el primer momento acogió con entusiasmo el proyecto y colaboró eficazmente para que este libro llegue al alcance del público, pese a los plazos cortos en los que tuvo que trabajar.

Como editor, mi agradecimiento a los autores por responder de la mejor manera ante los requerimientos que se les solicitaron, pero, sobre todo, por la calidad de sus artículos. Es muy grato entregar a la comunidad académica y público en general un esfuerzo por pensar nuestro país en el centenario de la PUCP, nuestra querida *alma mater*.

Fernando Tuesta Soldevilla
Lima, julio de 2017

ELECCIONES COMPETITIVAS Y RESULTADOS IMPREVISTOS

Fernando Tuesta Soldevilla

INTRODUCCIÓN

Con incertidumbre en el resultado, cambios en la última semana en la intención de voto y un país electoralmente dividido, se realizó, en abril de 2016, en el Perú, el cuarto proceso electoral consecutivo, que marcó también un hito histórico, pues no ha ocurrido algo así desde hace un siglo. La elección terminó con una disputa central entre el fujimorismo y el antifujimorismo la cual construyó la principal línea de división que movilizó los sentimientos más encendidos en la política peruana. Si en la primera vuelta el fujimorismo logró consolidar una votación aplastante, superando por casi el doble a Pedro Pablo Kuczynski, en la segunda vuelta el antifujimorismo, un abanico amplio de diversas corrientes políticas, jugó un papel fundamental y posibilitó el triunfo ajustado de este candidato. Si Keiko Fujimori creció 10% entre la primera y la segunda vuelta, Pedro Pablo Kuczynski incrementó su votación en 30%, lo que lo llevó a ganar una elección sumamente ajustada.

Ha sido difícil para el fujimorismo procesar la derrota en el último tramo de la campaña, pues pocas veces ha estado tan cerca del poder, como en el año 2016 y este hecho ha marcado mucho el desempeño posterior de Fuerza Popular. Keiko Fujimori, representante de una derecha popular, hizo todo lo que el libreto le exigía, pero no fue suficiente. Es la segunda derrota consecutiva de la candidata heredera de Alberto Fujimori, quien en esta oportunidad intentó tomar distancia del padre, pero eso tampoco fue suficiente. El antifujimorismo supo aprovechar el momento clave para aupar a un candidato como Kuczynski, que representaba a una derecha liberal, en el último tramo de una segunda vuelta tan dramática como inesperada.

Este artículo introductorio tiene como propósito establecer los temas y los momentos claves de las elecciones generales de 2016 y presta especial atención al desempeño de los partidos políticos en la campaña electoral.

1. GRAN OFERTA ELECTORAL CON REGLAS CAMBIANTES

Cuando se convocaron las elecciones presidenciales y parlamentarias de 2016 había veinticinco partidos políticos con inscripción válida en el Registro de Organizaciones Políticas (ROP) del Jurado Nacional de Elecciones (JNE). Más tarde, a causa de los bajos porcentajes de intención de voto, modificaciones de la Ley de Partidos Políticos (LPP), tachas y exclusiones de candidaturas, las organizaciones políticas en competencia se redujeron a diez listas para el caso de la elección presidencial y once para el Congreso¹. Desde inicios de la década de 1990, momento del desplome del sistema de partidos que abrió el camino del triunfo electoral de Alberto Fujimori (1990-2000), el discurso antipartido acompañó al debilitamiento progresivo que muestra sus efectos hasta la actualidad (Lynch, 1996; Tanaka, 1998; Tuesta, 2009).

El sistema electoral no fue modificado pese a que el proceso estuvo precedido por un debate público sobre la reforma electoral. Se mantuvo la elección presidencial bajo la modalidad de dos vueltas o *ballotage* con mayoría absoluta, con la presentación de una lista cerrada de un presidente y dos vicepresidentes. Esta elección se realizaba de manera simultánea con las elecciones parlamentarias. En estas se postulan listas bloqueadas, pero no cerradas, bajo la modalidad de voto preferencial doble y opcional, en veinticinco circunscripciones plurinominales y una uninominal, diseñadas, en su mayoría, alrededor de los departamentos.

El Congreso está conformado por 130 escaños² y para acceder a la distribución de escaños se debe superar un umbral de representación del 5% de los votos válidos en el ámbito nacional o conseguir seis congresistas en al menos dos circunscripciones distintas³. Para adjudicar escaños se usa el método D'Hondt bajo la modalidad de la cifra repartidora. Por último, se requiere que las listas incluyan a no menos del 30% de cuota de género⁴. Esto es importante pues el sistema electoral fue clave para entender los resultados tanto en el nivel presidencial como parlamentario.

Finalmente, se debe resaltar que a pesar del considerable peso electoral de los peruanos que residen en el extranjero (884 924), que representan el 3,86%

¹ Una primera aproximación a las reglas electorales puede verse en Albán y Miró Quesada (2016).

² En 2009, mediante una reforma constitucional, se incrementaron en diez los escaños del Congreso.

³ Este porcentaje se comenzó a aplicar desde las elecciones de 2011.

⁴ Este porcentaje se comenzó a aplicar a partir de las elecciones de 2000.

del padrón electoral nacional, estos no cuentan con representación propia en el Parlamento. En el nivel parlamentario, sus votos son considerados dentro de Lima Metropolitana⁵, lo que contraviene el principio de representación al votar por congresistas que no forman parte de su circunscripción.

Los nuevos cargos y mecanismos de representación, en medio del colapso del sistema de partidos y el régimen corrupto de la década de 1990, profundamente antipolítico, inclinaron las normas hacia un mayor control y regulación, pero también abrieron las puertas a la limitación de los derechos fundamentales a través de la inscripción y a la exclusión de candidatos. Sin embargo, no se consideró ni se quiso entender que dichos cargos colisionaban con derechos fundamentales que la propia Constitución política consagraba.

Fue así que a partir de la modificatoria de la Ley de Partidos Políticos (2003)⁶ se profundizó la regulación jurídica, pero de manera inadecuada, en medio de una normatividad frondosa, llena de vacíos, plazos del cronograma electoral yuxtapuestos y con amplio margen para interpretaciones. No obstante, el gran problema fue que esta modificatoria se promulgó el 17 de enero de 2016, cuando el proceso electoral se había convocado dos meses antes, el 16 de noviembre de 2015. Entre los artículos que dicha ley incorpora se encuentra la denominada «ley de dádivas»⁷.

Dos casos fueron emblemáticos. Los correspondientes a los candidatos a presidente, Julio Guzmán (Perú21, 2016c), del partido Todos Por el Perú, y César Acuña (Perú21, 2016a), del partido Alianza Para el Progreso, que fueron excluidos del proceso electoral en polémicas decisiones, las cuales tuvieron importantes repercusiones políticas y electorales.

Julio Guzmán, economista y sin experiencia política, fue el candidato de la pequeña agrupación Todos Por el Perú. A finales de 2015 e inicios de la campaña electoral, Guzmán figuraba entre los candidatos con menor intención de voto y su campaña se limitaba a Lima Metropolitana. No obstante, sus cuentas oficiales en redes sociales comenzaron a mostrar claras tendencias de crecimiento⁸. Sin embargo, el Jurado Electoral Especial (JEE) Lima Centro 1 declaró improcedente la inscripción de su candidatura por temas referidos a las elecciones internas de su agrupación. Finalmente, el 8 de marzo, el Pleno del JNE confirmó la decisión del JEE Lima Centro 1 y se declararon fundadas las tachas contra dicha candidatura.

⁵ «Los electores residentes en el extranjero son considerados dentro del distrito electoral de Lima». Artículo 21 de la Ley Orgánica de Elecciones.

⁶ Ahora se denomina Ley de Organizaciones Políticas.

⁷ En realidad, se trataba del artículo 42 de la ley 30414, que modificaba la ley 28094, Ley de Partidos Políticos, y que pasó a llamarse Ley de Organizaciones Políticas.

⁸ Sobre las redes sociales ver el artículo de Tuesta Soldevilla y Vásquez Oruna en este libro.

A esas alturas, Guzmán había crecido en su intención de voto llegando a ocupar un segundo lugar e incluso, en las simulaciones de una segunda vuelta, derrotaba a Keiko Fujimori, pues la candidata de Fuerza Popular, si bien tenía la mayor intención de voto, mostraba una fuerte resistencia. Por tanto, la salida de Guzmán de la contienda electoral cambió drásticamente el resultado final. No se puede asegurar que iba a ganar la elección, pero su candidatura era la más clara en ascenso y en las simulaciones de segunda vuelta era el único que le ganaba a Keiko Fujimori. Asimismo, la salida de Guzmán permitió el incremento de la intención de votos de Verónica Mendoza, de Alfredo Barnechea y, sobre todo, de Kuczynski.

Otro fue el caso de César Acuña, fundador y líder de Alianza Para el Progreso. A diferencia de Guzmán, Acuña tenía una larga experiencia política: ocupó cargos como alcalde de Trujillo y presidente regional de La Libertad, derrotando al APRA, partido hegemónico en esta región desde su nacimiento.

Acuña construyó su fortuna económica sobre la base de la educación. En 1980, ya era dueño de una academia preuniversitaria en Trujillo. Diez años más tarde expandió sus inversiones, creó la Universidad César Vallejo en la misma ciudad y, posteriormente, un consorcio que se extendió por el país. A partir de allí acrecentó su poder e influencia. Pero, sobre todo, había creado una narrativa que mostraba a un provinciano de origen pobre que, gracias a su esfuerzo personal, se había convertido en un empresario en el campo de la educación, exitoso que, además, había logrado alcanzar los mayores grados académicos (Barnechea, 2014).

Fue sobre esto último que aparecieron las primeras denuncias que lo involucraban en plagios de las tesis presentadas a diversas universidades (El Comercio, 2016b). Sin haberse aclarado el tema de los plagios, Acuña continuó sumando temas controversiales a sus antecedentes políticos (2016a). Luego de las denuncias respectivas y de un proceso electoral, el JNE decidió excluir a César Acuña del proceso electoral por haber infringido el artículo 42 de la Ley de Organizaciones Políticas⁹, el mismo día en que hacía lo propio con Julio Guzmán¹⁰. Sin embargo, a diferencia de Guzmán, la candidatura de Acuña había ingresado a un momento de declive.

Si bien estos hechos crearon oportunidades para varios candidatos, ninguno expresó su rechazo a estas medidas, pero sí se generó un rechazo en el ambiente, pues el proceso electoral ingresaba a un momento peligroso, ya que las exclusiones

⁹ Durante un acto proselitista en un mercado de Lima Metropolitana, Acuña regaló S/ 10 000 en efectivo a la asociación de comerciantes local para la construcción de un muro de contención y en otro acto en el norte del país regaló S/ 5000 a una persona con discapacidad física.

¹⁰ El artículo señala que «están prohibidas de efectuar la entrega, promesa u ofrecimiento de dinero, regalos, dádivas u otros obsequios de naturaleza económica, de manera directa o a través de terceros, salvo aquellos que constituyan propaganda electoral [...]».

eran armas que empezaban a ser utilizadas entre candidatos. Luis Almagro, secretario de la Organización de Estados Americanos (OEA), recomendó a los organismos electorales «restablecer derechos de participación política de todos y evitar elecciones semidemocráticas» (La República, 2016). De esta manera, las exclusiones impactaron de manera determinante en el proceso electoral y en sus resultados.

2. SELECCIÓN DE CANDIDATOS

La lista de los candidatos presidenciales inscritos se elevó a diecinueve. Al final solo quedaron diez listas, pues el resto se retiró de la contienda electoral por variadas razones.

Keiko Fujimori, hija del condenado expresidente Alberto Fujimori, postulaba por segunda vez a la Presidencia de la República. En 2011 había perdido en segunda vuelta ante Ollanta Humala (Partido Nacionalista). En 2006 había sido electa congresista por Lima con la agrupación Alianza por el Futuro (AF), siendo la candidata más votada. Para el año 2009, anunció una campaña de recolección de firmas para la inscripción de un nuevo partido político y una «cruzada para reivindicar el nombre de su padre», en marco de la «sentencia de 25 años de cárcel impuesta [...] por violación de derechos humanos» (Perú21, 2009). Esto tiene especial relevancia pues el fujimorismo había pasado por constituir diversas organizaciones y esta nueva agrupaba a las anteriores y las centralizaba bajo el liderazgo definitivo de Keiko Fujimori. Fuerza Popular es, pues, el primer partido fujimorista que se traza como objetivo constituirse en una organización nacional y perdurable. La expresión de una derecha popular.

Pedro Pablo Kuczynski postuló por primera vez al cargo de presidente de la república, al igual que Keiko Fujimori, en el año 2011, con la organización Alianza Por el Gran Cambio, compuesta por el Partido Popular Cristiano, Alianza Para el Progreso, Restauración Nacional y el Partido Humanista Peruano, y obtuvo el tercer lugar con el 18,5% de los votos válidos. Una vez conocidos los nombres de los candidatos que competirían en segunda vuelta, Kuczynski brindó su público apoyo a la candidatura de Fujimori. Para las elecciones de 2016 y con un partido político propio, Kuczynski postuló nuevamente al cargo de presidente de la república, pero esta vez con Peruanos Por el Kambio (PPK), partido que lleva las mismas iniciales que sus nombres y apellido, de bajo nivel organizativo y altamente personalista, como la mayoría de las organizaciones partidarias peruanas. Era un candidato de derecha liberal con vínculos con el sector empresarial y con experiencia política, pues había sido ministro de economía y primer ministro en el gobierno de Alejandro Toledo (Radio Exitosa, 2016).

Alan García, líder del APRA, fue el candidato con mayor experiencia política. En 1978 fue constituyente, en 1980 diputado y elegido presidente en 1985. Postuló sin suerte en 2001, pero fue elegido nuevamente presidente en 2006. Durante el período legislativo 2011-2016 fue involucrado y atribuido de responsabilidad política en el llamado caso de los «narcoindultos» (La República, 2014). Si bien el Poder Judicial lo dejó fuera de responsabilidad y no fue procesado, el escándalo fue fuertemente relacionado con su gobierno. Se ubicó claramente como un candidato también de derecha. Su alianza con el Partido Popular Cristiano (PPC) no hizo sino reafirmar esta imagen, al igual que con la pequeña agrupación del Callao, Vamos Perú. Alianza Popular, así llamada la coalición electoral.

En el año 2011, Verónica Mendoza fue electa congresista por Cusco con la alianza electoral Gana Perú (liderada por Ollanta Humala) y fue la candidata más votada de esa circunscripción electoral. A mediados de 2012, Mendoza¹¹ y otros congresistas¹² renunciaron a la bancada Parlamentaria Nacionalista y a su militancia partidaria por considerar que el oficialismo se había apartado de su línea primigenia. Para el año 2015 fue candidata del movimiento Sembrar en las elecciones ciudadanas del Frente Amplio¹³ y le ganó al fundador de Tierra y Libertad, Marco Arana. Su candidatura se ubicaba claramente a la izquierda del espectro electoral.

Alfredo Barnechea fue candidato por la alcaldía de Lima en 1983, diputado por el APRA en 1985, para posteriormente renunciar a su militancia aprista. Luego de una larga ausencia de la política partidaria, en el año 2014 se afilió al partido Acción Popular y logró ser electo en elecciones internas, ubicándose en el centro del espectro político. Pese a su pasado, aparecía como un candidato nuevo en la política, pues para las nuevas generaciones de electores era un desconocido.

Alejandro Toledo es líder y fundador de Perú Posible. En 1995 fue candidato a la Presidencia de la República, pero solo obtuvo el cuarto lugar. Para el año 2000 fue candidato al mismo cargo, pero decidió renunciar a las elecciones de segunda vuelta por falta de garantías. Fue electo presidente en 2001. Postuló por cuarta vez en 2011, pero solo logró el 15,6% de los votos y candidateó nuevamente en 2016.

Otros candidatos fueron Gregorio Santos, de Democracia Directa, ex presidente regional de Cajamarca, apesado y procesado por denuncias en su contra.

¹¹ «[Mendoza] destaca en su comunicado que ha sido víctima de una campaña de mentiras en su contra [...], además señala como responsables a los medios que habrían tenido el consentimiento del Poder Ejecutivo» (La República, 2012).

¹² Javier Diez Canseco y Rosa Mavila.

¹³ Durante estas elecciones ciudadanas compitieron Jorge Rimarachín (Gran Transformación), Luis Alberto Salgado (Partido del Pueblo), Martina Portocarrero (Movimiento Mundo Verde), Jorge Bacacorzo (Pueblo Unido), Julio César Bazán (Central Única de Trabajadores), Marco Arana (Tierra y Libertad) y Verónica Mendoza (Movimiento Sembrar).

No pudo realizar una campaña pues estaba recluso en un centro penitenciario. Se ubicaba a la izquierda del Frente Amplio de Verónica Mendoza, con un discurso claramente radical. Fernando Olivera, candidato del Frente Esperanza, había sido diputado en 1985 y 1990, y congresista en 1995 y 2000. Para el año 2001 postuló sin éxito a la Presidencia de la República y fue ministro de justicia y embajador en el gobierno de Toledo. Miguel Hilario, candidato de Progresando Perú, fue postulante del grupo étnico Shipibo-Konibo y fue presidente ejecutivo de la Comisión Nacional de Pueblos Andinos, Amazónicos y Afroperuanos durante el gobierno de Toledo. Finalmente, Ántero Flores-Arúoz, fundador del Partido Político Orden, constituyente en 1992 y congresista entre 1995 y 2001 y ministro de Defensa durante el gobierno de García. Si las listas presidenciales fueron diez, las parlamentarias fueron once, pues a ellas se sumó Alianza Para el Progreso.

3. LA CAMPAÑA ELECTORAL

3.1. No hay retiro decoroso

Al iniciarse la campaña electoral se registraron diecinueve candidaturas para la Presidencia de la República, posteriormente este número decreció a diez. Además de las razones ya esgrimidas en los acápites previos, concurrió con ellas la modificación del artículo 13 de la Ley de Organizaciones Políticas, el 17 de enero, en medio del proceso electoral, que señala que una de las causales de la cancelación de inscripción es «el no participar en dos elecciones generales sucesivas». De esta manera, la baja intención de voto hizo que algunos partidos retiraran las candidaturas para poder mantener sus inscripciones, como ocurrió en siete casos. En algunos partidos esta decisión fue ampliamente compartida y en otros, como el Partido Nacionalista, partido de gobierno, devino en serios conflictos internos que llevaron a la renuncia de algunos afiliados.

Tabla 1. Lista de candidatos a la Presidencia

| Número | Candidatos | Organización política | Observación |
|--------|------------------------|------------------------------|---------------------|
| 1 | Alan García | Alianza Popular | Mantuvo candidatura |
| 2 | Alejandro Toledo | Perú Posible | Mantuvo candidatura |
| 3 | Alfredo Barnechea | Acción Popular | Mantuvo candidatura |
| 4 | Ántero Flores-Aráoz | Partido Político Orden | Mantuvo candidatura |
| 5 | Fernando Olivera | Frente Esperanza | Mantuvo candidatura |
| 6 | Gregorio Santos | Democracia Directa | Mantuvo candidatura |
| 7 | Keiko Fujimori | Fuerza Popular | Mantuvo candidatura |
| 8 | Miguel Hilario | Progresando Perú | Mantuvo candidatura |
| 9 | Pedro Pablo Kuczynski | Peruanos Por el Kambio | Mantuvo candidatura |
| 10 | Verónica Mendoza | El Frente Amplio | Mantuvo candidatura |
| 11 | César Acuña | Alianza Para el Progreso* | Excluido |
| 12 | Julio Guzmán | Todos Por el Perú** | Tachado |
| 13 | Nano Guerra García | Solidaridad Nacional | Retiró candidatura |
| 14 | Daniel Urresti | Partido Nacionalista Peruano | Retiró candidatura |
| 15 | Felipe Castillo | Siempre Unidos | Retiró candidatura |
| 16 | Francisco Diez Canseco | Perú Nación | Retiró candidatura |
| 17 | Renzo Reggiardo | Perú Patria Segura | Retiró candidatura |
| 18 | Vladimir Cerrón | Perú Libertario | Retiró candidatura |
| 19 | Yehude de Simon | Partido Humanista Peruano | Retiró candidatura |

*La lista parlamentaria se mantuvo.

**La lista parlamentaria fue retirada.

Este hecho inusual terminó por bajar el efecto reductivo en el número de partidos que tenían las normas, sobre todo el umbral de representación, puesto que, al final, de veinticinco partidos inscritos se redujeron a tan solo veintiuno.

3.2. Los tres momentos

Durante la campaña electoral de primera vuelta se pueden identificar tres momentos¹⁴. El primero, denominado el período del «elenco estable», se extendió a lo largo del año 2015 e inicios de 2016. Cuatro candidatos —Keiko Fujimori (Fuerza Popular), Pedro Pablo Kuczynski (Peruanos Por el Kambio), Alan García (Alianza Popular) y Alejandro Toledo (Perú Posible)— concentraban la mayor intención de voto, donde la candidata de Fuerza Popular siempre aparecía primera y muy por encima de los otros tres. Se les consideraba el elenco estable, pues ocupaban todos un espacio estrecho entre el centro a la derecha por un largo período de tiempo.

Sin embargo, todos los sondeos permitían observar que el porcentaje de indecisos era alto y el rechazo a varios candidatos también lo era, particularmente hacia García y Toledo, justamente los de mayor experiencia política. El recuerdo de sus gobiernos y, sobre todo, las denuncias de las que eran objeto, ocasionaban un nivel de rechazo importante que no les permitía crecer en la intención de voto.

El segundo momento se desarrolló entre fines de diciembre de 2015 a inicios de 2016. Se observó un agotamiento de los candidatos del elenco estable. Si bien Keiko Fujimori mantuvo un voto fiel, no siguió creciendo. Su distancia del «albertismo»¹⁵ no le generó pérdida, pero tampoco ganancia. Junto con César Acuña, era la candidata que tenía mayores intenciones de voto en provincia, donde se encuentra el sector rural.

La Alianza Popular (APRA, Partido Popular Cristiano y Vamos Perú) no operó en beneficio de Alan García, quien fue superado por Acuña en la intención de voto. El antialanismo, más que el antiaprismo, se evidenció con mayor intensidad de lo esperado. Su intención de voto era mayor en Lima Metropolitana que en las provincias del resto del país. Igualmente, tuvo un mayor apoyo en los sectores socioeconómicos altos que en los medios y bajos.

Por su lado, Pedro Pablo Kuczynski descendía en su intención de voto. No lograba penetrar en el elector más popular y provinciano; por el contrario, se acentuó su imagen elitista. Caso contrario sucedía con César Acuña quien se nutría de su historia narrada como una persona humilde que logró el éxito en un contexto adverso, promoviendo la educación superior, al alcance de más peruanos. Esto estaba firmemente conectado con un reconocido clientelismo sin tapujos y

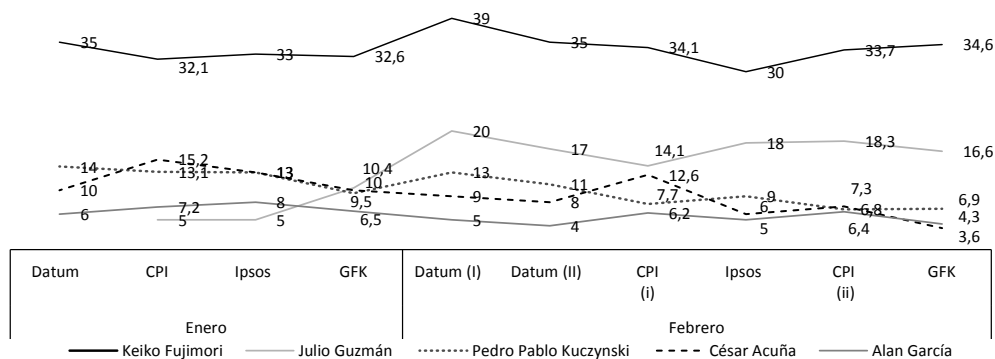
¹⁴ Sobre los equipos de campaña ver el artículo de Ayala Richter y Patriau en este libro.

¹⁵ Así se le denominó a la corriente del fujimorismo liderada por el padre, Alberto Fujimori, de quien se trató de distanciar, al relegar a las figuras más cercanas a él, así como desarrollar un discurso más centrista que se manifestó en la presentación en la Universidad de Harvard (Radio Exitosa, 2015).

una importante inversión publicitaria. Era percibido como un candidato de las provincias y no de la élite limeña.

Por el contrario, Julio Guzmán crecía en las encuestas con una imagen centrada en su formación profesional y juventud. Guzmán logró llegar a un público más amplio, que tuvo su punto inicial de apoyo a través de las redes sociales. Por su lado, Alejandro Toledo fue el primero del elenco estable en declinar de manera sostenida en la intención de voto. Fue el primer candidato importante que se convirtió en un candidato chico. Los demás candidatos no lograron superar el 2%.

Gráfico 1. Intención de voto presidencial: enero y febrero de 2016



Fuente: Encuestas de CPI, Datum, Ipsos Perú y GFK.

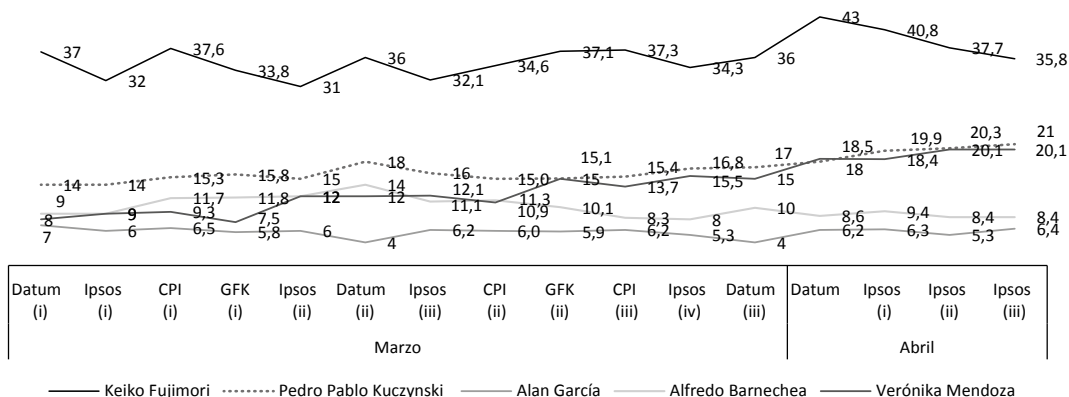
Un tercer momento fue el que se inició con el crecimiento de Julio Guzmán y su exclusión, así como la de César Acuña. Estos dos candidatos crecieron entre enero y febrero, superando al resto, salvo a Keiko Fujimori. El posicionamiento de sus candidaturas como distintas y frescas favoreció su crecimiento, además de verse beneficiadas por el declive de Alan García y Alejandro Toledo, a quienes superaron. Es más, Julio Guzmán no solo logró ubicarse en el segundo lugar en intención de voto, sino superar a Keiko Fujimori en las simulaciones de segunda vuelta.

Sin embargo, como ya se explicó, ambas candidaturas fueron excluidas de la competencia. Esto ocasionó un debate público, pues nunca se habían excluido candidatos con intención de voto tan alta, pero, sobre todo, porque las denuncias de infringir la ley (particularmente el artículo sobre «dávivas») entre candidatos creció, e incluían a otras candidaturas importantes, como la de Keiko Fujimori y la de Pedro Pablo Kuczynski. Si bien estas candidaturas no fueron finalmente excluidas, las acusaciones recíprocas dejaron la sensación de que la justicia electoral no había obrado todas las denuncias con la misma firmeza que las anteriores. La incertidumbre electoral no solo se centró en torno a quién ganaría sino también en torno a quiénes competirían.

Finalmente, el último tramo es el que va de mediados de marzo de 2016 al día de la elección, el 8 de abril. La exclusión de Guzmán y Acuña hizo que crecieran en intención de voto tanto Mendoza, Barnechea como Kuczynski. La incertidumbre se redujo a quién pasaría a la segunda vuelta para competir con Fujimori, cuya intención de voto fue largamente superior al resto de forma permanente y estable.

Se realizaron dos debates electorales, uno en Piura y otro en Lima¹⁶. Barnechea no logró ganar adhesiones entre los indecisos, lo que sí ocurrió con Mendoza, quien disputaba el segundo lugar con Kuczynski. En el último tramo, este hizo una efectiva campaña para asociar a Mendoza con el gobierno de Humala y con el chavismo, con lo que creó temor en sectores del electorado, sobre todo de Lima.

Gráfico 2. Intención de voto presidencial marzo-abril de 2016



Fuente: Encuestas de CPI, Datum, Ipsos Perú y GFK.

4. LA PRIMERA NO FUE LA VENCIDA

Keiko Fujimori logró ganar la primera vuelta. Fue la candidata con mayor intención de voto de inicio a fin, administrando su ventaja a lo largo de la campaña. Fue también la única que labró su triunfo, apenas había perdido la elección de 2011, construyendo una maquinaria partidaria, que su padre nunca quiso formar. Eso le permitió tener una votación distribuida en todo el país, que se tradujo en una bancada con mayoría absoluta (73 congresistas de un total de 130) y duplicó en votos a Pedro Pablo Kuczynski.

¹⁶ Sobre los discursos de los candidatos ver en este libro el artículo de Kanashiro y sobre los debates el de Cueva.

Kuczynski, empresario y economista, con una inusual voluntad política, quiso ser candidato presidencial en la parte final de su carrera política, a sus 78 años, sin contar con un partido político. Si en el año 2011 quedó tercero, siendo la sorpresa, cinco años después aprovechó el último tramo de la campaña para posicionarse como el candidato que podía ganarle a Keiko Fujimori en la segunda vuelta. Su larga ventaja en Lima sobre Verónica Mendoza —donde presumiblemente habría cuajado más la campaña del miedo contra la candidata del Frente Amplio— fue suficiente para ganarle. Sin embargo, su partido, Peruanos Por el Cambio, era una organización débil que alcanzó tan solo a ganar dieciocho escaños, perdiendo uno, casi al inicio de mandato.

Mendoza llevó a la izquierda, a través del Frente Amplio, a ser una fuerza política significativa, algo que no sucedía desde fines de la década de 1980, y consiguió una bancada propia y la segunda en el Parlamento.

Barnechea logró salvar a Acción Popular de perder la inscripción. Con una corta y austera campaña, consiguió que el partido de Fernando Belaunde tenga nuevamente bancada propia, como ocurrió también con Alianza Para el Progreso, sin Acuña, excluido como candidato presidencial.

Finalmente, Santos, quien con su votación reafirmó su peso regional en Cajamarca, restó votos de izquierda a Mendoza y evitó su triunfo.

Los grandes derrotados fueron García y Toledo, con sus respectivos partidos. Haber sido gobierno y tener experiencia política, no fue una ventaja, sino un elemento contrario en un país de gran rechazo a la política y a los partidos. Los dos expresidentes cargaron consigo el desgaste y el mal recuerdo de sus gobiernos y arrastraron a sus respectivos partidos a porcentajes mínimos.

5. NO HAY PRIMERA SIN SEGUNDA

Entre elecciones hubo ocho semanas de campaña que se pueden dividir en tres tramos. Durante el primero, inmediatamente después de la primera vuelta, Kuczynski superaba a Fujimori, pese a que en los primeros días casi no hizo campaña. Se trataba de la manifestación inmediata de un antifujimorismo que lo utilizaba como su canal de expresión al lado de un importante sector que se aglutinaba en los indecisos.

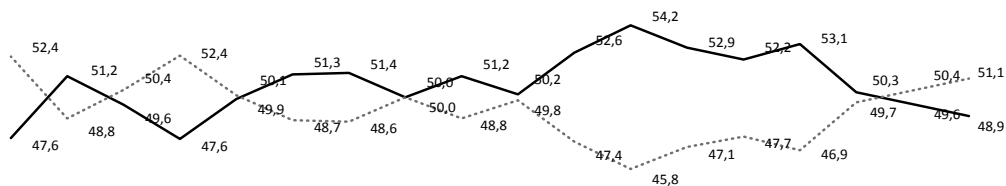
Pero, a la mitad de campaña, Fujimori había superado, según todas las encuestas, a Kuczynski, incluso en la ciudad de Lima. En este segundo momento, Kuczynski, con poca campaña, había viajado inexplicablemente por ocho días a Estados Unidos y, en su ausencia, las diferencias en su partido brotaron rápidamente. Su campaña perdía ímpetu, en contraste con la de Fuerza Popular, que extendía la suya con ofrecimientos a diversos grupos y sectores de votantes (mineros informales,

evangélicos, etcétera), así como reuniendo el apoyo de figuras destacadas (Elmer Cuba, Hernando de Soto, entre otros). La intensidad de la campaña se observó con su recorrido por los departamentos del sur y la selva del país, donde había tenido menos votación que en el norte. El triunfo de Fujimori parecía inevitable.

Sin embargo, en un tercer momento se produjeron un conjunto de sucesos que harían perder todo lo hecho por la planificada campaña de Fujimori. Las denuncias contra Joaquín Ramírez, secretario general de Fuerza Popular y principal financista del partido, investigado por la DEA (Drug Enforcement Agency) por presuntas relaciones con el narcotráfico, no fueron enfrentadas adecuadamente. La primera defensa fue la negación por parte de Keiko Fujimori, lo que resultó siendo un error, pues los acontecimientos posteriores terminaron por arrastrar a Ramírez y, con él, a una de sus principales piezas en la campaña y candidato a la vicepresidencia, José Chlimper (Perú21, 2016b). Si a lo largo de la campaña la candidata de Fuerza Popular había actuado rápidamente en el control de daños, no ocurrió lo mismo en este caso.

Esto despertó la dinámica antifujimorista, la cual tuvo en el tema del narcotráfico un elemento aglutinador que parecía haberse agotado en los temas de derechos humanos y corrupción. La multitudinaria marcha del 31 de mayo organizada por el colectivo No a Keiko fue el evento que expresó claramente esta dinámica. Al lado de eso, la decisión del Frente Amplio, a través de Mendoza, de apoyar a Kuczynski, luego de una esquivada y confusa posición, fue determinante. Estos factores permitieron y dieron argumentos a Kuczynski para que desarrollara un discurso antifujimorista claro, como se observó en el debate electoral. La combinación de estos factores fue clave para el incremento de votos de Kuczynski, quien ganó más indecisos que Fujimori, lo que fue fundamental para el desenlace final (Torres, 2016).

Gráfico 3. Intención de voto segunda vuelta electoral



| Ipsos (i) | CPI (ii) | Datum | Ipsos (ii) | GFK | CPI (ii) | Ipsos (i) | Datum | CPI (i) | Ipsos (ii) | Ipsos (iii) | CPI (ii) | Datum | GFK | Ipsos (iv) | GFK | Ipsos | GFK |
|-----------|----------|-------|------------|-----|----------|-----------|-------|---------|------------|-------------|----------|-------|-----|------------|-----|-------|-----|
| Abril | | | | | | Mayo | | | | | | Junio | | | | | |

— Keiko Fujimori Pedro Pablo Kuczynski

Fuente: Encuestas de CPI, Datum, Ipsos Perú y GFK.

6. RESULTADOS ELECTORALES

6.1. Nacional

Con un registro electoral de casi 23 000 000 de electores, el Perú realizó la novena elección desde la caída del gobierno militar (1968-1980) y la cuarta elección democrática desde la caída del gobierno autoritario de Alberto Fujimori (noviembre de 2000). La participación de los electores fue de 81,8%, en parte por el voto obligatorio, por lo que el ausentismo llegó al 18,2%. En la primera vuelta, Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski y Verónica Mendoza concentraron el 87% de los votos, siendo la diferencia entre los dos primeros de 18,8% (2 886 412 votos), mientras que la diferencia entre el segundo y tercer lugar fue de 2,3% (353 721 votos). No obstante, de los diez partidos políticos en competencia se observa que solo dos no lograron superar el 1% de los votos válidos. Este proceso puso en competencia propuestas opuestas. Por un lado, a la derecha, representada por Keiko Fujimori y Pedro Pablo Kuczynski y, por el otro, la izquierda, representada por Verónica Mendoza¹⁷.

¹⁷ Un análisis sobre la votación nacional se puede ver en el artículo de Tanaka, Sosa y Puémape en este libro.

Tabla 2. Resultados de las elecciones presidenciales - Primera vuelta

| Candidato (organización política) | Votos | % Votos válidos |
|--|------------|--------------------|
| Keiko Fujimori (Fuerza Popular) | 6 115 073 | 39,9% |
| Pedro Pablo Kuczynski (Peruanos Por el Kambio) | 3 228 661 | 21,1% |
| Verónica Mendoza (Frente Amplio) | 2 874 940 | 18,7% |
| Alfredo Barnechea (Acción Popular) | 1 069 360 | 7% |
| Alan García (Alianza Popular) | 894 278 | 5,8% |
| Gregorio Santos (Democracia Directa) | 613 173 | 4% |
| Fernando Olivera (Frente Esperanza) | 203 103 | 1,3% |
| Alejandro Toledo (Perú Posible) | 200 012 | 1,3% |
| Miguel Hilario (Progresando Perú) | 75 870 | 0,5% |
| Ántero Flores-Aráoz (Partido Político Orden) | 65 673 | 0,4% |
| Votos blancos | 2 225 449 | |
| Votos nulos | 1 168 538 | |
| Votos emitidos | 18 734 130 | 100% |

Fuente: Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), 2016.

Tabla 3. Resultados de las elecciones presidenciales - Segunda vuelta

| Organización política | Votos | % Votos válidos |
|--|------------|-----------------|
| Pedro Pablo Kuczynski (Peruanos Por el Kambio) | 8 596 937 | 50,12% |
| Keiko Fujimori (Fuerza Popular) | 8 555 880 | 49,88% |
| Votos blancos | 149 577 | |
| Votos nulos | 1 040 502 | |
| Votos emitidos | 18 342 896 | 100% |

Fuente: ONPE, 2016.

La votación de Fuerza Popular dibujó un mapa electoral con alta presencia en el norte y centro del país. Este partido ganó en dieciséis de las veinticinco circunscripciones electorales, es decir, su desempeño electoral fue casi tres veces mayor al de la elección de 2011. Asimismo, logró imponerse con importantes

porcentajes en toda la región de la selva. Esta votación de gran alcance nacional se dio gracias a la organización de su maquinaria partidaria y la movilización de sus cuadros en todo el territorio del país. Keiko Fujimori había logrado a lo largo de casi una década, una identidad fujimorista clara, con una nítida presencia popular.

Peruanos Por el Kambio solo logró obtener el primer lugar en un departamento, Arequipa. Su larga ventaja sobre Verónica Mendoza en Lima, donde presumiblemente habría calado más la campaña del miedo contra la candidata del Frente Amplio, fue lo que le permitió pasar a la segunda vuelta. Asimismo, sus votos se concentraron, sobre todo, en las zonas urbanas de la costa.

Por su parte, el Frente Amplio logró posicionarse en la zona sur del país, que históricamente es de izquierda. Los departamentos que integran este sector del país se caracterizan por apoyar opciones que expresan el cambio frente a la política tradicional. Fue así que durante las elecciones de 2006 y 2011, estos mismos departamentos fueron los bastiones del candidato Ollanta Humala. La candidatura de Verónica Mendoza llevó a la izquierda a ser una fuerza política significativa, solo comparable con la izquierda de la década de 1980¹⁸.

Ahora bien, los resultados de la votación de Cajamarca representan un mensaje aparte. Cajamarca se ubica en la sierra norte del país y es uno de los principales departamentos productores de minerales. A pesar de ello, se encuentra dentro del grupo de departamentos con mayor nivel de pobreza. Gregorio Santos participó como presidente regional en las protestas, capitalizó los reclamos ciudadanos que los partidos y el gobierno no pudieron canalizar y se fue consolidando como uno de los líderes antiminereros. Posteriormente, utilizó este caudal electoral para su postulación a la Presidencia. Santos, pese a estar preso, como consecuencia de una prisión preventiva motivada, acusado de corrupción, logró imponerse en Cajamarca con el 40,7% de los votos; con ello le restó un significativo apoyo al Frente Amplio.

6.2. Lima Metropolitana

Lima Metropolitana es la circunscripción más grande del país, con más de seis millones de electores, y en más de una ocasión ha decidido una elección. Al comparar la votación de Lima con el resto del país, se observa que Fuerza Popular, Acción Popular y la Alianza Popular registran diferencias mínimas entre ellas, es decir, tienen votaciones homogéneas¹⁹.

Por el contrario, las votaciones de Peruanos Por el Kambio y del Frente Amplio muestran considerables diferencias. Mientras que la candidatura de Kuczynski tuvo un importante porcentaje de apoyo en la capital, este disminuye a la mitad en

¹⁸ Para un análisis del resultado en el sur del Perú, ver el artículo de Zavaleta y Vilca en este libro.

¹⁹ Un análisis de la votación de Lima puede encontrarse en el artículo de Arias y Jaramillo en este libro.

provincias. Por el contrario, la candidatura de Mendoza tuvo un reducido impacto en Lima, circunscripción más bien conservadora, pero el porcentaje se duplicó en el resto del país.

Tabla 4. 2016: Votación de Lima Metropolitana y provincias

| Partido político | Nacional | Lima Metropolitana | Provincias |
|------------------------|----------|--------------------|------------|
| Fuerza Popular | 39,8% | 39,3% | 40,1% |
| Peruanos Por el Kambio | 21% | 31,1% | 15,7% |
| Frente Amplio | 18,8% | 11,6% | 22,7% |
| Acción Popular | 6,9% | 7,4% | 6,7% |
| Alianza Popular | 5,8% | 6,4% | 5,6% |

Fuente: *Política* (blog de Fernando Tuesta Soldevilla).

6.3. Muchas candidaturas y altas variaciones en la votación

Durante el presente siglo, en las cuatro elecciones presidenciales se registraron un total de 48 candidaturas. Una primera observación es que ningún partido ha alcanzado la Presidencia en más de una oportunidad. Hay partidos que lograron ganar las elecciones presidenciales, pero con el mismo candidato, lo que muestra un alto grado de preeminencia del candidato sobre el partido.

De las 40 organizaciones a las que pertenecieron las 48 candidaturas mencionadas, solo tres de ellas tienen una antigüedad anterior a 1990: el APRA, Acción Popular y Partido Popular Cristiano. El resto son organizaciones recientes y, de ellas, tres lograron la Presidencia de la República: Perú Posible (2001), Partido Nacionalista (2006) y Peruanos Por el Kambio (2016). Entre la fundación de estos partidos y su llegada al poder mediaron menos de cinco años. Es decir, los partidos emergentes tuvieron mayor éxito electoral que los partidos de tradición histórica.

Sin embargo, a diferencia de presidentes como Alan García (APRA) y Fernando Belaunde Terry (Acción Popular), quienes ingresaron a la política siendo jóvenes, como también ocurrió con líderes tales como Lourdes Flores Nano y Luis Bedoya Reyes (Partido Popular Cristiano) o Javier Diez Canseco (izquierda); los presidentes Alejandro Toledo, Ollanta Humala y Pedro Pablo Kuczynski ingresaron a la política siendo personas mayores de 40 años.

Peruanos Por el Kambio es un partido recién inscrito en 2015, con un bajo nivel organizativo y miembros que, salvo un porcentaje menor, carecen de experiencia política; por ello, difícilmente tendrá futuro al final del gobierno de Pedro Pablo Kuczynski que, por su edad, seguramente se retirará de la política.

El fujimorismo ha sido la corriente política que ha crecido de manera consistente. Ha fundado varios partidos desde el inicial Cambio 90, pasando por Nueva Mayoría y Vamos Vecino. Luego de la caída de Alberto Fujimori, Solución Popular, una organización que recogía su legado fujimorista, apenas logró el 1,69%; no obstante, cinco años después, con Martha Chávez como candidata presidencial, la nueva organización fujimorista Alianza para el Futuro creció al 7,4% y Keiko Fujimori, candidata a un escaño por Lima, logró la mayor votación del total nacional. La hija de Alberto Fujimori fue, en 2011 y en 2016, la candidata presidencial con el nuevo partido Fuerza Popular fundado por ella, partido que ha tenido la mayor votación, el mayor grado organizativo y que ha logrado pasar a la segunda vuelta en dos oportunidades.

Tabla 5. 2001-2016: Elecciones presidenciales - Primera vuelta

| Lugar | Organización política | 2016 | 2011 | 2006 | 2001 |
|-------|---|--------|-------|-------|-------|
| 1 | Fuerza Popular / Alianza por el Futuro / Solución Popular | 39,86% | 23,6% | 7,4% | 1,69% |
| 2 | Peruanos Por el Kambio / Alianza Por el Gran Cambio | 21,05% | 18,5% | | |
| 3 | Frente Amplio | 18,74% | | | |
| 4 | Acción Popular / Frente de Centro | 6,97% | | 5,8% | |
| 5 | Alianza Popular* / APRA | 5,83% | | 24,3% | 25,8% |
| 6 | Fonavistas del Perú / Democracia Directa | 4% | 0,25% | | |
| 7 | Frente Esperanza | 1,32% | | | |
| 8 | Perú Posible* | 1,3% | 15,6% | | 36,5% |
| 9 | Partido Nacionalista-Gana Perú / Unión Por el Perú | | 31,7% | 30,6% | |
| 10 | Alianza Solidaridad Nacional* | | 9,8% | | |
| 11 | Unidad Nacional* / Partido Popular Cristiano | | | 23,8% | 24,3% |
| 12 | Restauración Nacional | | | 4,37% | |
| 13 | Frente Independiente Moralizador | | | | 9,8% |

Nota: solo los partidos que superaron el 1%.

*Alianzas electorales.

Fuente: ONPE, 2016.

El APRA ha tenido, por el contrario, una considerable curva de descenso en su votación. De los cuatro procesos comparados, en tres de ellos, su candidato presidencial fue Alan García Pérez, quien ya había sido presidente en el período 1985-1990. En 2001, quedó segundo con 25,8% y en 2006 logró el 24,3%, pero superó a Ollanta Humala en la segunda vuelta. Sin embargo, en 2011 no presentó candidato presidencial y en 2016 solo obtuvo, a través de la coalición electoral Alianza Popular, el 5,8%. Esto abrió una crisis interna en el partido fundado por Víctor Raúl Haya de la Torre.

Acción Popular se presentó al interior de alianzas electorales, en 2006 y 2011, y solo en 2016 el 6,9% lo mantuvo como partido inscrito, pero lejos de los porcentajes de votación de los que obtuvo en su momento Fernando Belaunde Terry, fundador y dos veces presidente de la república.

El Partido Popular Cristiano siempre integró alianzas electorales, como Unidad Nacional, Alianza Por el Gran Cambio y Alianza Popular, conjuntamente con el APRA. El partido fundado por Luis Bedoya Reyes fue perdiendo peso electoral. Esto se observó sobre todo en 2016, cuando Lourdes Flores Nano dejó de ser la candidata presidencial.

Como se señaló antes, la izquierda perdió presencia electoral desde inicios de la década de 1990. Sin embargo, en esta última elección, con la candidatura de Verónica Mendoza y el Frente Amplio, esta opción política logró ubicarse en el tercer lugar de las preferencias con el 18,7% de los votos y se convirtió en una fuerza en el Parlamento.

Un hecho relevante es que los partidos que han gobernado el país han tenido estrepitosos fracasos electorales al final del período de mandato presidencial. Perú Posible, al final de su mandato, en 2006, no pudo sostener una candidatura a la Presidencia y solo consiguió dos escaños. Al APRA le ocurrió lo mismo: en 2011 no presentó candidato presidencial y solo consiguió cuatro escaños. Finalmente, el Partido Nacionalista, en 2016, retiró su candidatura presidencial y no consiguió ningún escaño en el Parlamento actual. Aparte del desgaste de todo gobierno, en partidos altamente personalistas, la no reelección presidencial ha sido un factor que ha influido en los bajos respaldos electorales.

6.4. Un Parlamento naranja

En las elecciones parlamentarias, que son simultáneas a las presidenciales, suelen presentarse un número mayor de listas, pues en aquellas se juega la continuidad de la inscripción o no del partido político. Debido a ello, en más de una ocasión, algunos partidos que no presentaron candidatos a la Presidencia sí presentan candidatos en las elecciones parlamentarias. Además, la norma señala que para

que un partido político sea parte de la distribución de escaños, debe superar el umbral de representación del 5% nacional o seis escaños en por lo menos dos circunscripciones.

En las elecciones de 2001, de las trece organizaciones en competencia, once lograron escaños en el Congreso, es decir, el 85% de los partidos. Mientras tanto, 2006 fue el año de mayor número de listas parlamentarias, pues de las veinticuatro listas, solo siete lograron representación, es decir, menos del 30% de los partidos, debido a que se introdujo el umbral de representación al 4%. En 2011, con un umbral de 5%, trece organizaciones políticas presentaron listas y de estas solo seis lograron escaños. Finalmente, para las últimas elecciones, once organizaciones políticas se presentaron a competir por los 130 escaños y de ellas solo seis lograron representación.

Tabla 6. 2001-2016: Número de partidos con representación parlamentaria

| Elección | Número de listas parlamentarias | Ingresaron al Parlamento | Porcentaje |
|----------|---------------------------------|--------------------------|------------|
| 2001 | 13 | 11 | 85% |
| 2006 | 24 | 7 | 30% |
| 2011 | 13 | 6 | 46% |
| 2016 | 11 | 6 | 55% |

Fuente: *Politika* (blog de Fernando Tuesta Soldevilla).

Por otro lado, los cuatro gobiernos del actual siglo XXI han carecido de mayoría absoluta en el Congreso, lo que obligó a los partidos oficialistas a conformar coaliciones o acuerdos básicos. Para el período parlamentario 2001-2006, Perú Posible, partido del oficialismo, consiguió 45 escaños, de un total de 120, mientras que el APRA, el partido de la oposición, ocupaba veintiocho. Ante ello, Perú Posible y el Frente Independiente Moralizador formaron una coalición, con once votos que se sumaron a las votaciones de los peruposibilistas.

En 2006, el triunfante APRA logró 36 escaños, mientras que Unión Por el Perú, el partido opositor, logró 45. No obstante, si bien no se conformó una coalición formal, el fujimorista Alianza por el Futuro apoyó circunstancialmente al gobierno, frente al bloque de la oposición del naciente Partido Nacionalista que se separaba de la Unión Por el Perú.

Con un Parlamento de 130 escaños, el Partido Nacionalista o con su nombre electoral Gana Perú, partido de gobierno, logró 47 escaños y el principal partido

opositor, Fuerza 2011, obtuvo tan solo diez escaños menos. El oficialismo formó una coalición con la Alianza Perú Posible, lo que le permitió veintiún votos de apoyo durante los primeros años de gobierno. Posteriormente ambas organizaciones perdieron un número significativo de parlamentarios, lo que permitió que el último año la oposición fuera mayoría.

La elección parlamentaria de 2016 configuró un Congreso distinto a los anteriores. Por primera vez en la historia, el partido de oposición, Fuerza Popular, logró la mayoría absoluta de los votos, al conseguir 73 escaños²⁰. En oportunidades anteriores, Fernando Belaunde (1980-1985), Alan García (1985-1990) y Alberto Fujimori (1995-2000) se habían creado mayorías absolutas, pero por parte del partido de gobierno, no de la oposición.

Contando con Fuerza Popular, el número de grupos parlamentarios que se conformaron fueron seis. La segunda fuerza parlamentaria fue es la izquierdista Frente Amplio, con veinte congresistas, la mayoría de ellos representantes de provincia, provenientes, sobre todo, del sur andino, tradicional bastión de la izquierda. El buen desempeño electoral de su candidata Verónica Mendoza fue fundamental para el resultado de esta organización nueva. Sin embargo, al poco tiempo, la bancada dio muestras de una irreversible división. Una encabezada por la propia Mendoza y otra por Arana, quien tenía la inscripción del partido.

Peruanos Por el Kambio, partido oficialista, fue la tercera bancada parlamentaria con dieciocho escaños²¹. Muy pequeña para ser el soporte del gobierno, más aún si se trata de un grupo parlamentario poco cohesionado y carente de identidad. A los meses de iniciado el período de mandato, el congresista Roberto Vieira fue expulsado del partido luego de mostrar sus simpatías con el fujimorismo.

Alianza Para el Progreso se convirtió el partido con la cuarta bancada parlamentaria con nueve congresistas, pese a la exclusión de su candidato presidencial, César Acuña. Finalmente, Acción Popular y Alianza Popular obtuvieron cinco escaños cada uno. En este último caso, se trataba de la coalición del APRA, Partido Popular Cristiano y Vamos Perú. El resultado fue muy duro para el APRA, pero peor para el Partido Popular Cristiano que junto con Vamos Perú no logró ganar ni un solo escaño.

²⁰ A poco tiempo de iniciado el nuevo Parlamento, la congresista Yeny Vilcatoma se retiró de Fuerza Popular.

²¹ El congresista Roberto Vieira fue separado de la bancada de Kuczynski.

Tabla 7. 2016: votación presidencial y parlamentaria

| Organización política | Presidencial | | Congreso | |
|--------------------------|--------------|------------|-----------|------------|
| | Votos | Porcentaje | Votos | Porcentaje |
| Fuerza Popular | 6 115 073 | 39,86% | 4 431 077 | 36,34% |
| Peruanos Por el Kambio | 3 228 661 | 21,05% | 2 007 710 | 16,47% |
| Frente Amplio | 2 874 940 | 18,74% | 1 700 052 | 13,94% |
| Alianza Para el Progreso | | | 1 125 682 | 9,23% |
| Acción Popular | 1 069 360 | 6,97% | 877 734 | 7,2% |
| Alianza Popular | 894 278 | 5,83% | 1 013 735 | 8,31% |
| Democracia Directa | 613 173 | 4% | 528 301 | 4,33% |
| Frente Esperanza | 203 103 | 1,32% | 139 634 | 1,15% |
| Perú Posible | 200 012 | 1,3% | 286 980 | 2,35% |
| Progresando Perú | 75 870 | 0,5% | 14 663 | 0,12% |
| Partido Político Orden | 65 673 | 0,43% | 68 474 | 0,56% |

Nota: Alianza Para el Progreso no presentó candidatura presidencial.

El Perú registra una de las tasas de reelección parlamentaria más bajas de América Latina y esta tendencia se mantiene desde hace un poco más de dos décadas. Tal es así que el actual Parlamento es el que registra el menor número de reelecciones desde 1992. Una publicación de la Asociación Civil Transparencia encuentra que, del total de 130 congresistas, 95 lo son por primera vez, 31 son reelectos de manera inmediata y cuatro regresarían al Congreso tras uno o más períodos de ausencia. En cuanto a la experiencia política de los congresistas, este mismo informe señala que «veintitrés [de los] electos ejercieron antes el cargo de regidor o regidora municipal, doce han sido alcaldes, tres han sido gobernadores regionales y dos consejeros regionales» (2016).

Es necesario recordar que la mayoría absoluta conseguida por Fuerza Popular se debió a los efectos del sistema electoral peruano. Fuerza Popular consiguió con el 36% de los votos válidos el 56% de los escaños del Congreso. Esto no se debió solo a la cifra repartidora (Dargent & Muñoz, 2016; Carey & Levitsky, 2016), sino a la combinación de una votación promedio alta en todo el país con el tamaño de las circunscripciones pequeñas. Esto quiere decir que los 130 escaños se tienen que repartir en veintiséis circunscripciones, de las cuales veintiuna tienen menos de cinco escaños, cuatro medianas tienen siete escaños y una, Lima Metropolitana, tiene 36 escaños. En otras palabras, en un país que tiene gran cantidad de circunscripciones

con pocos escaños, el partido con más votos y que están claramente distribuidos consigue más escaños en desproporción de los porcentajes de los votos obtenidos.

Junto a ello se halla el impacto que produce el umbral de representación, en el cual el 8,5% de los votos se quedan sin representación. Esto explica la fuerte desproporción entre el porcentaje de los votos recibidos por Fuerza Popular y el porcentaje de escaños conquistados, lo que permite constituirse en la oposición parlamentaria con mayoría absoluta y tener un papel decisivo en las relaciones Ejecutivo-Legislativo.

Tabla 8. 2016: Efectos del sistema electoral en el Congreso

| Organización política | Porcentaje de votos válidos | Porcentaje de escaños | Escaños |
|--|-----------------------------|-----------------------|---------|
| Fuerza Popular | 36,34% | 56,15% | 73 |
| Peruanos Por el Kambio | 16,47% | 13,85% | 18 |
| Frente Amplio | 13,94% | 15,38% | 20 |
| Alianza Para el Progreso (APP + RN + SP) | 9,23% | 6,92% | 9 |
| Alianza Popular (APRA-PPC-VP) | 8,31% | 3,85% | 5 |
| Acción Popular | 7,20% | 3,85% | 5 |
| Democracia Directa | 4,33% | 0% | 0 |
| Perú Posible | 2,35% | 0% | 0 |
| Frente Esperanza | 1,15% | 0% | 0 |
| Partido Político Orden | 0,56% | 0% | 0 |
| Progresando Perú | 0,12% | 0% | 0 |
| Total | 100% | 100% | 130 |

Fuente: ONPE, 2016.

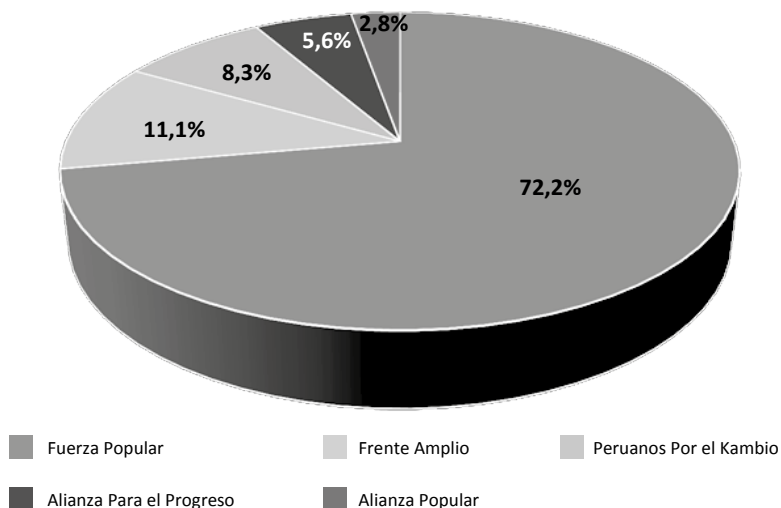
Por último, debemos referirnos al porcentaje de mujeres electas en los cargos de congresistas. Si bien es cierto que el número de candidatas muestra un crecimiento, esto se debe en gran medida a las cuotas electorales. Sin embargo, en algunos casos, la posición en la lista que se les asigna no les ofrece la misma oportunidad de ser electas.

Fue así que, durante las elecciones de 2001, veintidós fueron los escaños ocupados por mujeres (18,3%). Las elecciones de 2006 mostraron un incremento

de las mujeres en el Congreso, pues de los 120 escaños, estas ocuparon 35 (29,2%). En 2011 se rompió con la tendencia de crecimiento y solo veintiocho mujeres (21,5%) lograron ser electas en los cargos. Finalmente, las elecciones de 2016 inauguraron el período legislativo con mayor representación femenina, pues las mujeres que ocuparon escaños llegaron a sumar 36 (27,7%).

Del universo de 36 escaños ganados por mujeres, Fuerza Popular es el partido con mayor presencia de mujeres en el Congreso, veintiséis. En un lejano segundo lugar, se encuentra el Frente Amplio con cuatro escaños; en tercer lugar, se ubica Peruanos Por el Kambio, con tres escaños; inmediatamente después se encuentra a la Alianza Por el Gran Cambio del Perú, con dos escaños; y en último lugar se encuentra la Alianza Popular, con un escaño.

Gráfico 4. Mujeres electas por partido político en el Congreso, 2011-2016



Fuente: *Política* (blog de Fernando Tuesta Soldevilla).

7. REFLEXIONES FINALES

El Perú no ha seguido claramente los ciclos predominantes en América Latina. Si bien es cierto, esto sí ocurrió en la década de 1990, a partir del golpe, en 1992, de Fujimori, el modelo económico impuesto permanece hasta ahora con algunas variaciones. Estamos hablando de cinco gobiernos consecutivos: desde el gobierno autoritario de Alberto Fujimori, que fue el primero en cambiar la Constitución (1993) para incorporar la reelección inmediata, hasta los gobiernos democráticos de Toledo, García, Humala y ahora Kuczynski. Si alrededor del año 2000 hubo

un giro a la izquierda en la región, en el Perú, Toledo y García, estaban lejos de dicho modelo.

Cuando Ollanta Humala ganó la Presidencia en 2011 nada cambió sustantivamente. No era propiamente un gobierno de izquierda, pese a las simpatías personales del presidente por el chavismo, movimiento con el que sus opositores trataron de asociarlo constantemente. Incluso estuvo más cerca de los TLC y APEC que los países del ALBA. Un gobierno pragmático en toda la línea. En todo este siglo del *boom* de las *commodities* no hubo en el Perú un gobierno parecido siquiera al uruguayo o al chileno. Ahora que presenciamos el fin de los gobiernos de izquierda, el péndulo se ha desplazado a un gobierno de derecha liberal como el de Kuczynski.

Las elecciones han producido el cuarto gobierno elegido democráticamente. Sin embargo, esta continuidad democrática se debe, en gran parte, al extraordinario crecimiento económico a lo largo de casi una década, que ubicó al Perú entre los países de mayor crecimiento en la región. Este hecho formidable no fue acompañado por una mejora en el ámbito de la política, cuyas instituciones y partidos políticos siguieron la línea de un alto desprestigio. Es más, como se ha indicado en este artículo, ningún gobierno supo aprovechar estas condiciones favorables para consolidar sus partidos políticos. Por el contrario, estos fueron afectados y reducidos a crisis internas de las que varios no logran salir.

Las elecciones de 2016 fueron las últimas, por diversas razones, de una generación de políticos que aparecieron en el siglo pasado. Los expresidentes Toledo, García, el mismo Fujimori y políticos como Flores Nano, entre otros, salvo Keiko Fujimori, han arrastrado a sus organizaciones al declive.

La campaña electoral mostró, salvo el caso de Mendoza, con diversos matices, la disputa de candidatos con un amplio campo de elementos comunes, sobre todo en el aspecto económico. Es decir, una concentración de candidatos del centro a la derecha, aun cuando la mayoría de ellos lo esté desde una perspectiva más pragmática que programática.

Si bien la disputa final estuvo atravesada por la línea fujimorismo-antifujimorismo en la que triunfó el último, no deja de ser cierto que rechazar una candidatura que representaba, más allá de los esfuerzos tácticos de Keiko Fujimori de distanciarse de su padre, lo cruento de la década de 1990 y los temores del presente, resulta un voto con sentido democrático. En palabras de Alberto Vergara, el antifujimorismo «[e]s, sobre todo, la afirmación recurrente de una voluntad democrática clamando por representación» (2016). En todo este clamor, jugó un papel importante el manejo de la propia candidata de Fuerza Popular, en relación a la acusación de narcotráfico. Tal como lo indica Alfredo Torres, de Ipsos Perú: «Keiko pierde la elección por no haber sabido marcar suficiente distancia con la amenaza del narcotráfico. Según Ipsos, 70% de los peruanos teme que el Perú pueda convertirse

en un narcoestado. La vinculación entre narcotráfico, sicariato, consumo de drogas duras y delincuencia común es evidente para todos» (2016).

Pero este escenario final, incluido el Parlamento, solo puede ser entendido por la exclusión de las candidaturas de Acuña y, sobre todo, de Guzmán. Este último no solo creció en el tramo importante de la campaña, sino que, en simulaciones de segunda vuelta, era el único que vencía a Fujimori. Pero, más allá de escenarios que se pudieron producir, lo alarmante es cómo las normas mal diseñadas y mal aplicadas pueden influir decididamente en el resultado electoral y producir, además, vulneraciones al derecho de participación política, lo que deja en entredicho la propia legitimidad de la elección, como lo advirtieron las misiones de observación electoral.

Para el gobierno de Kuczynski el panorama no es sencillo. Ganó con apenas 40 000 votos de diferencia a Fujimori, carece de un partido organizado y cohesionado, tiene al frente un Parlamento con mayoría absoluta del partido fujimorista Fuerza Popular con 72 congresistas y su bancada es la tercera con tan solo diecisiete congresistas. Es decir, si bien Kuczynski gobierna, el fujimorismo hace sentir su peso numérico en el Congreso. Así muchos ministros de Estado han tenido que desfilar ante las diversas comisiones del Congreso y su mejor ministro, Jaime Saavedra, de Educación, fue censurado, por lo que tuvo que renunciar apenas a cinco meses de iniciado el gobierno y su vicepresidente, Martín Vizcarra, obligado a renunciar como ministro de Transporte.

Si bien el Perú no goza del crecimiento económico de los años anteriores, lo cierto es que el crecimiento del año 2016 fue uno de los más altos en Sudamérica, 3,7%, pero el Fenómeno de El Niño Costero tiró abajo las proyecciones más expectantes como las del Fondo Monetario Internacional, que pronosticaba para 2017 un crecimiento de 4,1%. Siendo el contexto económico no lo desfavorable que se pensaba, Kuczynski ha ofrecido al país una «revolución social» basada en reducir la desigualdad y dar oportunidad a todos los peruanos. Para ello, desde un inicio, se ha acercado a las autoridades regionales, debido a que parte importante de la obra de infraestructura nacional pasa por las regiones y porque estas autoridades pueden convertirse en aliados, componentes que tanto requiere el gobierno. Buscar aliados para gobernar es fundamental para un presidente que, a diferencia de otros políticos, sabe que su carrera política se termina en el año 2021. No porque esté impedido a ser reelegido, sino porque para esa fecha, la del Bicentenario de la Independencia, cumplirá 82 años.

La economía quizá la pueda manejar, pero el ámbito propiamente político parece algo más complicado, pues los antecedentes no son muy promisorios. Un elemento inquietante que muestra la historia, es el hecho de que cuando los gobiernos tuvieron al frente parlamentos opositores, terminaron en golpes

de Estado, como ocurrió en 1948, 1968 y 1992. En esta oportunidad, no se trata de una coalición de partidos de oposición, sino de un solo partido que tiene mayoría absoluta, como nunca había ocurrido. Es así que, en el primer año, la relación ejecutivo-legislativo ha estado llena de tensiones, con interpelaciones, censuras y renuncias y llamados de ministros al Congreso.

Por ello, llevar con extremo cuidado una relación ejecutivo-legislativo es un reto para el gobierno de Kuczynski. Hay figuras en el diseño institucional peruano que no se han usado nunca, pero podrían convertirse en altamente explosivas: la doble censura de gabinetes presidenciales podría provocar la disolución del Congreso. En principio, este escenario está descartado. Sin embargo, la impredecible política peruana, las demandas ciudadanas acumuladas y el natural desgaste del gobierno pueden acicatear un descontento y poner en peligro la estabilidad política.

BIBLIOGRAFÍA

- Albán, Javier & Josefina Miró Quesada (2016). Las dificultades de caminar derecho. Las reglas del juego electoral. En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 275-299). Lima: Planeta.
- Asociación Civil Transparencia (2013). *Retos de la participación política de las mujeres en el Perú*. http://www.transparencia.org.pe/documentos/retos_para_la_participacion_politica_de_la_mujer.pdf
- Asociación Civil Transparencia (2016). *Ojo a las campañas. Herramientas para la observación ciudadana. Este sería el perfil del nuevo Congreso de la República*, 14 de abril. <http://elecciones2016.transparencia.org.pe/ojo-a-la-campa-a/5272/este-ser-a-el-perfil-del-nuevo-congreso-de-la-rep-blica>
- Barrenechea, Rodrigo (2014). *Becas, bases y votos. Alianza Para el Progreso y la política subnacional en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP).
- Carey, John M. & Steven Levitsky (2016). *Fujimori's Party Already Controls Peru's Congress. Here's Why Observers Are Worried*. https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/06/03/fujimoris-party-already-controls-perus-congress-heres-why-observers-are-worried/?utm_term=.d32f3dd0da0b
- Carrión, Julio (2001). Las elecciones peruanas de 2001: desmantelando la herencia autoritaria. *Reflexión Política*, 3(6). <http://www.redalyc.org/pdf/110/11000611.pdf>
- Corporación Latinobarómetro (2013). *Informe 2013*. http://www.latinobarometro.org/documentos/LATBD_INFORME_LB_2013.pdf

- Dargent, Eduardo & Paula Muñoz (2016). Peru: A Close Win for Continuity. *Journal of Democracy*, 27(4), 145-158.
- El Comercio (2016a). *César Acuña plagió libro completo de otro autor sobre educación*, 5 de febrero. <http://elcomercio.pe/politica/elecciones/cesar-acuna-plagio-libro-completo-otro-autor-sobre-educacion-noticia-1876547>
- El Comercio (2016b). *César Acuña: su tesis doctoral y las denuncias de plagio*, 27 de enero. <http://elcomercio.pe/politica/elecciones/cesar-acuna-su-tesis-doctoral-y-denuncias-plagio-noticia-1874303>
- Freidenberg, Flavia & Manuel Alcántara (eds.) (2009). *Selección de candidatos, política partidista y rendimiento democrático*. México DF: Tribunal Electoral del Distrito Federal-UNAM-Instituto de Iberoamérica.
- INFOgob-JNE (2015). *Elecciones parlamentarias en el Perú (1931-2011)*. Tomo I. Lima: JNE.
- La República (2012). Congresista Verónica Mendoza renuncia al Partido Nacionalista y a bancada Gana Perú, 4 de junio. <http://larepublica.pe/04-06-2012/congresista-veronika-mendoza-renuncia-al-partido-nacionalista-y-bancada-gana-peru>
- La República (2014). *Poder Judicial ratificó fallo a favor de Alan García contra Megacomisión (documento)*, 8 de enero. <http://larepublica.pe/08-01-2014/poder-judicial-declaro-nulo-todo-lo-investigado-a-alan-garcia-por-megacomision>
- La República (2016). *OEA sobre caso Julio Guzmán: «Se deben evitar elecciones semidemocráticas»*, 1 de abril. <http://larepublica.pe/politica/756267-oea-sobre-caso-julio-guzman-se-deben-evitar-elecciones-semidemocraticas>
- Lynch, Nicolás (1996). Crisis y perspectivas de los partidos políticos en el Perú. *Argumentos*, 25, 117-134. <http://www.acuedi.org/ddata/66.pdf>
- Navarro, Carlos (2013). *Estudios electorales en perspectiva internacional comparada: regulación de las campañas*. México DF: Instituto Federal Nacional.
- Perú21 (2009). *Keiko Fujimori anuncia una «cruzada» para reivindicar a su padre*, 8 de abril. <http://peru21.pe/noticia/270591/fujimoristas-inician-estar-tarde-sus-marchas-campo-marte>
- Perú21 (2016a). *César Acuña: JNE rechazó su apelación y lo excluye de proceso electoral por entregar dinero*, 9 de marzo de 2016. <http://peru21.pe/politica/cesar-acuna-jne-rechazo-su-apelacion-y-lo-excluye-proceso-electoral-2240929>
- Perú21 (2016b). *José Chlimper es acusado de entregar audios editados para desacreditar a piloto que incriminó a Joaquín Ramírez*, 28 de mayo. <http://peru21.pe/politica/panamericana-television-decision-suspender-emision-programa-cosas-como-son-2247730>

- Perú21 (2016c). *Julio Guzmán: JNE rechazó apelación de Todos Por el Perú y queda fuera de carrera electoral*, 9 de marzo. <http://peru21.pe/politica/julio-guzman-jee-lima-centro-1-rechazo-apelacion-todos-peru-y-app-2240926>
- Radio Exitosa (2015). *Mira el discurso completo de Keiko Fujimori en la Universidad de Harvard*. <http://www.radioexitosa.pe/politica/expl68773-video--mira-el-discurso-completo-de-keiko-fujimori-en-la-universidad-de-harvard>
- Radio Exitosa (2016). *Vitocho: «PPK es el candidato de los ricos y de la Confiep»*, 17 de febrero. <http://www.radioexitosa.pe/elecciones2016/expl75780-vitocho-ppk-es-el-candidato-de-los-ricos-y-de-la-confiep>
- Tanaka, Martín (1998). *Los espejismos de la democracia: el colapso de un sistema de partidos en el Perú, 1980-1995, en perspectiva comparada*. Lima: IEP.
- Torres, Alfredo (2016). La derrota de la favorita. *El Comercio*, 12 de junio. <http://elcomercio.pe/opinion/columnistas/derrota-favorita-alfredo-torres-220211>
- Tuesta Soldevilla, Fernando (2009). *Sistemas de partidos en la región andina: construcción y desarrollo (1978-1995)*. Lima: ANR.
- Vergara, Alberto (2016). Muñeca brava. *El Comercio*, 19 de junio. <http://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/muneca-brava-alberto-vergara-223409>

Páginas web consultadas

INFOgob: <http://www.infogob.com.pe/Politico/politico.aspx>

ONPE: <https://www.onpe.gob.pe/elecciones/historico-elecciones/>

Política: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/fernandotuesta/catpolitica/elecciones/>

EL SUEÑO DE LAS ELECCIONES INTERNAS: LA SELECCIÓN DE CANDIDATOS

*Félix Puémape
Fernando Jiménez*

INTRODUCCIÓN

El 8 de marzo de 2016 el Jurado Nacional de Elecciones (JNE), órgano encargado de velar por el cumplimiento de la Ley Electoral en el Perú, ratificó en última instancia la tacha interpuesta contra el candidato presidencial Julio Guzmán, lo cual terminó con su carrera a la Presidencia de la República. Esta tacha se fundamentó en el hecho de que el partido que lo cobijaba, Todos Por el Perú, no había cumplido con los plazos estipulados por la Ley de Partidos Políticos para la elección de su plancha presidencial. De esa manera, la selección de candidatos cobró un especial protagonismo en la última campaña presidencial.

Guzmán es un economista y ex funcionario público. Al momento de ser excluido de las elecciones se ubicaba en el segundo lugar en la intención de voto y en los escenarios de segunda vuelta presentados por varias empresas encuestadoras era el único candidato que le ganaba a la favorita, Keiko Fujimori. De ahí que la decisión del JNE desatara una gran polémica. A lo largo de las últimas elecciones también se excluyó al candidato César Acuña, de Alianza Para el Progreso, quien tenía una posición expectante en el actual proceso. Sin embargo, en el caso de Acuña, este fue filmado en un mercado entregando dinero en efectivo, lo cual está prohibido por las leyes electorales. El caso de Guzmán era más complejo, dado que implicaba una serie de aristas vinculadas con los procesos de selección de candidatos en el Perú. A partir de ello, este suceso se convirtió por varias semanas en tema de discusión política.

El argumento de fondo esgrimido por los simpatizantes de Guzmán para considerar como injusta la decisión del JNE fue que en el Perú ningún partido sigue los procedimientos formales para elegir candidatos, sea a la Presidencia o al Congreso. Por esos días, este argumento se vio reforzado ante una denuncia

consignada por la revista *Poder* contra el Partido Popular Cristiano, miembro de la Alianza Popular que postulaba al expresidente Alan García a la Presidencia, en la que se recogían una serie de falencias en su proceso de selección de candidatos. Según este medio, el estatuto del Partido Popular Cristiano, bajo el paraguas de la Ley de Partidos Políticos, menciona que las alianzas electorales que el partido desea emprender deben ser adoptadas por medio de un Congreso extraordinario. Pese a ello, tal evento nunca se llevó a cabo y, en su remplazo, se convocó a una asamblea, en la cual además no se consideró a todos los dirigentes territoriales. En el caso de Todos Por el Perú, partido que cobijaba la candidatura de Guzmán, para compatibilizar su estatuto con los plazos en los que habían elegido su plancha presidencial intentaron cambiar de estatuto poco antes de su inscripción. La diferencia entre uno y otro caso es que el Partido Popular Cristiano sí logró compatibilizar de forma documental su proceso con las estipulaciones legales, por lo que la tacha que, tras la denuncia de la revista *Poder*, se presentó contra la alianza APRA-Partido Popular Cristiano no prosperó, mientras que el partido de Guzmán no pudo compatibilizar su estatuto.

Asimismo, el partido del electo presidente Pedro Pablo Kuczynski no se quedó al margen de las denuncias en contra, a pesar de que ya había concluido el proceso electoral pues, a partir de las acusaciones por parte de un exdirigente del partido, se vinculó al presidente del partido, Gilbert Violeta, con cobros indebidos a precandidatos al Congreso con el fin de ser inscritos en la lista y con una buena posición al interior de esta.

A la luz de la importancia que los procesos de selección de candidatos han cobrado en el devenir político del país, al punto de poder usarse como un parámetro para filtrar la lista de candidatos presidenciales y al Parlamento, es preciso preguntarnos cómo se llevan a cabo y por qué se realizan de la manera en que lo hacen y no de otra. Si bien los procesos de selección de candidatos a la Presidencia suelen ser los más observados por la trascendencia del cargo, dadas las características de los partidos políticos peruanos, suelen ser los menos competitivos. La presencia de «candidatos naturales» convierten dicha selección casi en un mero procedimiento. En cambio, por la volatilidad del sistema político peruano y la cantidad de cargos en disputa, la selección de candidatos al Congreso se hace mucho más interesante para ver cómo, realmente, los partidos seleccionan a sus candidatos. Así, con ayuda de literatura sobre el funcionamiento de los partidos políticos peruanos y de los mecanismos de selección de candidatos y a través de la revisión de los procesos de selección de candidatos al Congreso de los cinco primeros lugares de la última elección parlamentaria, se procurará tener una idea más clara sobre este tema. Con ello también se buscará tener una idea respecto a cuánto dialogan las reglas electorales con la realidad del país.

1. LOS PARTIDOS POLÍTICOS PERUANOS Y LA SELECCIÓN DEMOCRÁTICA DE CANDIDATOS

Respecto a los partidos políticos peruanos hay una serie de consensos entre la mayoría de los autores que los han estudiado. Entre estos está el caracterizarlos como alejados de la ciudadanía, desestructurados y personalistas.

Para el análisis de los partidos políticos en el Perú, la mayoría de autores hacen un corte entre los partidos existentes durante la década de 1980 y los que surgieron durante la década de 1990. Un ejemplo de ello es Tanaka (1998). Para este autor, los primeros podían encuadrarse bajo un modelo de representación electoral-movimientista, en el cual se arrogaban la representación de los intereses de sectores específicos del electorado —los cuales podían ir desde sindicatos hasta grupos de interés empresariales—, mientras que los segundos lo hacían bajo un modelo electoral-mediático, en el cual buscaban relacionarse con la ciudadanía a través de la opinión pública, lejos de la intermediación de grupos sociales. A partir de esta lectura, Tanaka introduce un concepto crucial que también ha estado dentro de la literatura sobre partidos políticos: la crisis de representación. Esta crisis que viven los políticos en el país, y que afecta tanto a los partidos como a cualquier tipo de organización que quiera arrogarse la intermediación entre los ciudadanos y el Estado, ha llevado a que los partidos transiten por un camino de desestructuración organizativa, en principio.

Así, por ejemplo, Meléndez (2012) ha estudiado esta desestructuración desde la figura de los operadores políticos que han protagonizado los conflictos sociales que más resonancia han tenido en la última década —desde el llamado Arequipazo hasta el Baguazo—. El autor encuentra que, a diferencia del patrón visto en otros países de la región en los cuales los líderes de las protestas sociales pasan a ocupar importantes posiciones en la política nacional —siendo Evo Morales el ejemplo paradigmático—, en el Perú se sigue el camino inverso. La mayoría de ellos, pese a que en su momento lograron movilizar a grandes cantidades de personas contra grandes inversiones en minería e hidrocarburos, no lograron forjar carreras políticas y quedaron en la marginalidad política ante la desconfianza que su interés por ingresar a la política institucional despertó en su antiguo público. Meléndez explica este hecho a partir de lo que identifica como la existencia de una «doble brecha». La doble brecha es una división que existe, por un lado, entre los cuatro niveles de gobierno —distrital, provincial, regional y nacional— y, por otro lado, entre el mundo político y el mundo social, por la cual los partidos no tienen relación con los intermediarios locales. De esta manera, los políticos generalmente andan atomizados y con miras de corto plazo. Ante esta situación, se impone la volatilidad y el interés individual.

Un trabajo que grafica con claridad esta situación es el de Zavaleta (2014). Este autor se propone entender cómo funciona la política en el ámbito subnacional y, a través de ello, brindar algunas luces sobre el funcionamiento de la política peruana. Mediante una muestra de cien grupos políticos subnacionales concluye que, en ausencia de partidos nacionales sin capacidad de agregar intereses fuera de la Lima y sin capital administrativo e ideacional para atraer y mantener a los políticos regionales y locales, los políticos en este nivel se organizan a través de «coaliciones de independientes», alianzas electorales efímeras entre políticos de nivel regional y local en las que priman los recursos administrativos antes que los ideológicos. De esta manera, ante la crisis de representación como consecuencia del envejecimiento de los grandes paradigmas, lo que actualmente prevalece como configuración de alternativas políticas en el Perú es el acceso a bienes —sean empresas privadas, medios de comunicación y operadores políticos— que actúan como sustitutos partidarios. Estos bienes, poseídos por determinados políticos a lo largo y ancho del país, les sirven a dichos políticos para distribuirlos discrecionalmente a otros pares que sean funcionales a su proyecto, de quienes se espera colaboración, así como a electores en situación de vulnerabilidad, de quienes se espera gratitud en forma de votos.

La centralidad de las personas con recursos materiales en la configuración de partidos políticos en el Perú es confirmada por Barrenechea (2014). Este autor estudia el partido Alianza Para el Progreso, liderado por el empresario educativo César Acuña, convertido desde hace una década en una excepción a la debilidad partidaria que afrontan todos los partidos peruanos, dado que, sistemáticamente, ha venido obtenido una serie de triunfos electorales, sobre todo en la arena subnacional. Este autor encontró una correlación entre los buenos resultados de Alianza Para el Progreso y la presencia de las universidades del consorcio educativo liderado por Acuña. El vínculo entre estas dos variables se desarrolla en tanto el consorcio permite convertir a los empleados de las universidades en personal político a tiempo completo, por un lado. Por otro lado, brinda becas y empleos a políticos locales, así como a estudiantes, a quienes identifica como más predispuestos para desarrollar labores de movilización política. Asimismo, desarrolla vínculos clientelares a través de sus unidades de proyección social, lo cual complementa el trabajo previo de sus operadores políticos.

De más está decir que los proyectos políticos que se articulan sobre la base de medios de comunicación, operadores políticos de corto alcance y recursos económicos no son particularmente democráticos. En partidos en los que su proceso de agregación está signado por una coincidencia en las visiones respecto a cómo se debe ordenar el mundo o por un intercambio de recursos imprescindibles entre todas las partes que lo componen es posible que todos sus miembros se vean como iguales y, ante ello, establezcan mecanismos democráticos para seleccionar

a sus representantes. Sin embargo, en los casos abordados, especialmente por los dos últimos autores reseñados, dado que el acceso al partido está signado por la necesidad de recursos para emprender la campaña o, en los casos más extremos, para sobrevivir, esto de por sí genera una relación vertical entre sus miembros. De esa manera, los líderes intermedios no sienten que le tengan que reclamar nada a su benefactor. Son conscientes de que su aporte a los partidos —sea su popularidad, sus redes o su experiencia en hacer campañas— puede ser encontrado en otro político de perfil similar. A la luz de todo lo mencionado, en los partidos políticos peruanos existen todas las condiciones para la aplicación de mecanismos de selección de candidatos de carácter discrecional.

Dicho todo lo anterior, aunque la literatura sobre partidos políticos en el Perú asume que estamos frente a grupos personalistas en los cuales el vínculo entre ciudadanos y políticos se establece a partir de la posesión de recursos de diverso tipo, aunque sobre todo económicos, también han surgido una serie de trabajos que enfatizan la presencia de capital ideacional en su esencia. Dos de los casos que se han estudiado bajo esta óptica han sido el movimiento fujimorista y el APRA.

Sobre el primero, Urrutia (2011) argumenta que la clave de su resurrección tras el abrupto final del gobierno de Alberto Fujimori (1990-2000) fue el desarrollo de una identidad política fujimorista. Según la autora, esta identidad tuvo su origen en el recuerdo positivo de un sector de la ciudadanía del decenio fujimorista y en la estigmatización social e institucional que muchos simpatizantes del expresidente sintieron sufrir durante los primeros años de la década de 2000. La estigmatización, sustentada básicamente en los procesos judiciales que muchos exfuncionarios sufrieron y en la imagen de corrupción que se proyectó sobre todo el gobierno, provocó que quienes tenían un buen recuerdo del fujimorismo se identificaran más fuertemente con su legado y comenzaran a organizarse espontáneamente para mostrar de forma pública su apoyo al expresidente y para reclamar por situaciones que consideraban injustas. Así, el trabajo de Urrutia rebatió la imagen que se tenía del fujimorismo como una corriente política que sobrevivía solamente a partir de la provisión de bienes materiales a los más pobres del Perú y apuntó hacia la comprensión de este grupo como uno sustentado básicamente en una serie de ideas asociadas a los hitos más importantes de su gobierno.

En esta línea, sobre el caso del APRA, Cyr (2011) argumenta que la sobrevivencia de este partido está asociada en gran medida a su identidad política. A lo largo de sus más de noventa años, el APRA ha sufrido una serie de embates. Durante sus años iniciales, fue perseguido e ilegalizado. Más recientemente, durante la década de 1990 tuvo que cargar con el legado negativo del primer gobierno de Alan García (1985-1990). Pese a todo ello, el partido logró sobrevivir. Como recoge la propia autora a lo largo de su relato, tras la crisis de la década de 1990, en la que

obtuvieron menos del 10% en las votaciones nacionales, optaron por refugiarse en la política municipal, desde la que siguieron participando y manteniéndose activos. Cyr relaciona esto con la vieja identidad política aprista, basada en la disciplina partidaria y en experiencias de persecución. Esta identidad permitiría mantener una organización incipiente y un núcleo duro de votantes que, aunque no permiten replicar el tercio histórico del partido, aún le permite sobrevivir con cierta ventaja por sobre el resto.

Sin embargo, aunque el movimiento fujimorista y el APRA tienen algún capital ideacional, sus procesos de selección de candidatos tampoco distan de ser precisamente democráticos. En el caso del fujimorismo, el hecho que la identidad esté amarrada a la imagen del líder hace que quienes deciden ingresar a esta organización lo hagan sin cuestionar los liderazgos internos. De ahí que, salvo en 2006, año en que la candidatura presidencial recayó en la excongresista Martha Chávez, dado que los hijos más mediáticos de Alberto Fujimori aún no tenían la edad requerida por la ley peruana para postular, en las siguientes elecciones dicha candidatura ha estado en manos de Keiko Fujimori, la hija mayor del expresidente. Por lo demás, el hijo menor de la dinastía, Kenji, ha manifestado su interés por postular a la Presidencia de la República en el futuro. En el caso del APRA sucede algo similar.

Pese a que en este partido sí han surgido liderazgos alternativos en determinados momentos de su historia y ha habido elecciones internas para elegir liderazgos intermedios, en general, su historia ha estado marcada por el personalismo, tanto de su fundador —que desde la fundación del partido hasta su muerte fue el líder absoluto del APRA—, como de su sucesor, el expresidente Alan García —que desde la década de 1980 hasta 2016 ha sido el líder del partido, solo interrumpido por su exilio de ocho años tras el autogolpe de 1992—. Esto puede estar relacionado en gran medida con su ideología que, como sostiene Cyr, se apoya en la disciplina partidaria, la cual a su vez está relacionada con la sobrevivencia de un partido históricamente perseguido y estigmatizado.

Sobre la selección democrática de candidatos en sí misma, aunque pareciera que los partidos políticos peruanos siguen un patrón bastante claro hacia la discrecionalidad, hay algunos que la han desarrollado de forma sistemática, aunque limitada. Uno de esos casos es el Partido Popular Cristiano, en el cual, desde 2006, hay facciones que compiten por el poder en su interior. Estos procedimientos también han sucedido en el partido Acción Popular y, más recientemente, en el Frente Amplio, coalición de grupos de izquierda formada en el último quinquenio que quedó en el tercer lugar en las últimas elecciones presidenciales.

Más allá de las excepciones que confirman la regla, en partidos en los que prima predominantemente la desestructuración, el personalismo y los sustitutos partidarios, ¿se pueden desarrollar mecanismos de selección democrática de

candidatos? Para responder a esta pregunta es imprescindible revisar cuáles son los determinantes de la selección democrática de candidatos.

2. LOS CONDICIONANTES DE LA SELECCIÓN DEMOCRÁTICA DE CANDIDATOS

En primer lugar, es preciso señalar que no hay una teoría general sobre este tema. Sin embargo, algunos trabajos que han intentado aproximarse a los condicionantes de las elecciones primarias nos permiten tener una idea sobre las variables que podrían estar tras la adopción de mecanismos democráticos de selección de candidatos. De acuerdo a los énfasis que hacen estas variables, podemos agruparlas en tres: institucionales, estratégicas y de complejidad.

Dentro de los autores que utilizan variables de corte institucional se encuentra Epstein (1980). Su argumento gira en torno a que las variaciones en la manera en que se seleccionan candidatos dependen de la forma de organización política de los países. De esta manera, asume que en países federales el proceso de selección de candidatos será más descentralizado, mientras que en países centralizados este se canalizará a través de una élite dirigente. En esa misma línea, a través del estudio del proceso de selección de candidatos en elecciones parlamentarias en Argentina, Siavelis (2009) argumentó que los procesos de transiciones democráticas son claves para la adopción de este tipo de mecanismos. Así, variables como el nivel de incertidumbre dentro de un sistema político, el formato institucional de dicho sistema y su complejidad estratégica, así como la extensión del partido, influyen en los niveles en los que se aplica la selección de candidatos. Aunque estos trabajos permiten desarrollar una mirada general del tema por países, descuidan las diferencias que pueden desarrollarse en su interior. Por lo demás, como ya se ha señalado, incluso en países con escasa democracia interna dentro de los partidos, como el caso peruano, es posible ver algunas.

Ante los límites de las variables institucionales para notar que, dentro de los países, más allá de ciertas tendencias, hay diferentes formas de seleccionar a los candidatos, se empezaron a desarrollar explicaciones que se enfocaban en las estrategias de los partidos como determinantes para la selección democrática de candidatos. Así, por ejemplo, según Serra (2011), pese a que las elecciones primarias pueden llevar a una pérdida de poder de la élite partidaria, algunos partidos eligen a sus candidatos por medio de elecciones primarias para mejorar su nivel de candidatos y, eventualmente, tener una mejor actuación electoral. Este argumento es apoyado en trabajos como los de Carey y Polga-Hecimovich (2006), quienes encontraron que los partidos que utilizan primarias tienen un mejor desempeño electoral. Sin embargo, también es cierto que hay otra evidencia para el caso latinoamericano

respecto a cómo las primarias llevan a la elección de candidatos leales al partido, pero impopulares. Así, Colomer (2002) señala que los candidatos elegidos a través de elecciones internas tienden a ser poco populares o perdedores, dado que en estos procesos participan en mayor medida los activistas más ideologizados o los que apoyan las candidaturas de dirigentes nacionales, quienes no tienen la preferencia del electorado mayoritario.

Para Caillaud y Tirole (2002), los partidos adoptan primarias porque les sirve como un incentivo para dejar de ocuparse en pelear entre ellos y centrar todas sus energías y recursos en ganar el poder. Entre los recursos pueden estar aquellos de carácter material, así como la ganancia de más voceros y personal político en general que ayudarían a incrementar la posibilidad de triunfo. El problema con los argumentos de corte estratégico es que están hechos para contextos en los cuales los políticos pueden tomar elecciones. Es posible tomar elecciones cuando se tienen disponibles una serie de alternativas. No obstante, en contextos como el peruano en los cuales los políticos están circunscritos ante condicionantes en buena medida estructurales —políticos que disponen de recursos propios y no están dispuestos a que alguien decida por ellos—, las decisiones estratégicas por parte de las élites resultan una ficción. Sin embargo, más allá de las motivaciones que puedan tener los políticos, hay una pista, que ambos autores brindan, mucho más clara que todas las anteriores: la existencia de facciones al momento de problematizar la selección de candidatos. En ese sentido, una serie de autores ha problematizado el tema de la complejidad de los partidos.

Dentro de esta línea, Lundell (2004) plantea que hay que mirar las características de los partidos. Su hallazgo más contundente es que las variaciones en las modalidades de selección de candidatos están determinadas por un corte regional. Específicamente, su estudio arroja que los países europeos tienden a una elección centralizada de sus candidatos a puestos electivos, mientras que los países nórdicos tienden a una mayor descentralización de este tipo de decisiones. Sin embargo, otra variable relativamente significativa en su análisis es el tamaño de los partidos. Así, encuentra que los partidos pequeños tienden a adoptar métodos de selección de candidatos más descentralizados que los partidos grandes. Los partidos grandes, más jerarquizados y burocratizados, tienen mayores problemas de implementar estos procedimientos, mientras que, para los pequeños, más flexibles, es más sencillo.

Una evidencia distinta es encontrada por De Luca, Jones y Tula (2002). Estos autores plantean que son una serie de características institucionales y de los partidos mismos las que afectan, en buena medida, que un partido elija a sus candidatos en primarias directas antes que por designación de su élite. A la luz del caso argentino, encuentran que los partidos en la oposición son más propensos a desarrollar elecciones internas que los partidos en el gobierno y que en los casos en que los partidos en el

gobierno deciden emprender este mecanismo de selección de candidatos son más propensos a hacerlo cuando su líder no puede o no tiene posibilidades de ir a la reelección. En cambio, cuando dos partidos similares establecen alianzas, es poco probable que desarrollen primarias. También, esta probabilidad decrece cuando se trata de partidos con pocos miembros, poco relevantes en el espectro político, y dominados por una sola persona o una élite muy pequeña y cerrada. Por antonomasia, a mayor pluralidad, mayor probabilidad de desarrollar primarias.

De forma similar, aunque con diferencias respecto a la posición sobre los partidos de gobierno y las coaliciones, Kemahlioglu Weitz-Shapiro y Hirano (2009) argumentan que hay una alta probabilidad que tanto partidos grandes, centristas, así como los que se encuentran en el poder, opten por realizar elecciones primarias, dado que estas características influyen en su política interna. Así, los recursos que garantizan estar en el gobierno y la multiplicidad de posiciones que implica un partido centrista generan una serie de conflictos que terminan por incentivar a los políticos a que seleccionen a sus candidatos mediante primarias. Según los autores, las coaliciones políticas también cuentan con estas características. En cambio, afirman que las elecciones primarias son menos probables en países con entornos institucionales que incentivan a que los políticos vayan de un partido a otro.

Dicho todo lo anterior, si se tuviera que reconocer las variables más acertadas para entender qué condiciona la selección democrática de candidatos, se elegiría las que reconocen la pluralidad como un factor coadyuvante al desarrollo de estos procesos. A la luz de la pregunta planteada en el apartado anterior, y ante lo mencionado respecto a las características de los partidos políticos peruanos —desestructurados, personalistas y contruidos sobre la base de sustitutos partidarios—, no es posible que desarrollen estos mecanismos. Pese a ello, por cumplir con la legislación electoral que se les exige, muchos partidos llevan a cabo dichos mecanismos. ¿Cómo, entonces, organizaciones como las descritas anteriormente pueden llevar a cabo estos procesos? En las siguientes líneas volveremos sobre la literatura que ha abordado la convivencia entre mecanismos formales e informales.

3. LOS MECANISMOS FORMALES E INFORMALES PARA LA SELECCIÓN DEMOCRÁTICA DE CANDIDATOS

¿Cómo se seleccionan candidatos en América Latina? Freidenberg (2006) ha encontrado que existen diversos mecanismos empleados para realizar una selección de candidatos en un mismo país, en especial cuando este no presenta un conjunto de reglas electorales que homogenice este proceso dentro de los partidos políticos, lo que implica que existan diversas maneras de ejercer la democracia, algunas de carácter más abierto y otras de una forma más restringida en la participación.

Entre estos métodos se encuentran los siguientes: a) a través del electorado en elecciones internas abiertas, es decir, aquellas elecciones en las que no existe restricción alguna para poder participar y que no se restringen a la militancia; b) mediante lo que se denomina «un militante un voto», en elecciones internas cerradas, en las que solo los militantes del partido pueden ejercer el voto a favor de algún candidato; c) a través de órganos electorales internos (convenciones, asambleas, colegios electorales, etcétera), forma que suele ser más restringida en la participación masiva, pues la elección está en mano de una élite partidaria; d) mediante el liderazgo del partido, a pesar de que se realiza en muchas oportunidades, los partidos no se mostrarán abiertos a declarar que han empleado este mecanismo, pues de cierta forma deslegitima la candidatura; por ello siempre se emplea otro mecanismo para validar esta selección.

La autora menciona también que cada uno de estos mecanismos trae ventajas y desventajas. El empleo de internas abiertas o cerradas puede garantizar la mayor cantidad de participantes y, por tanto, una mayor legitimidad de la candidatura; sin embargo, estos candidatos pueden no ser los preferidos al momento de la contienda electoral, pues el electorado al interior del partido tiende a ser distinto al exterior. Por otro lado, existe la posibilidad de que estos candidatos exitosos en el voto popular se desentiendan del partido al cual representan, pues se personalizará una elección. En cambio, los mecanismos más centralizados como los órganos colegiados implican una menor participación de la militancia y de los ciudadanos externos al partido, pero representa la voluntad de dirigentes partidarios democráticamente elegidos. En otras palabras, los partidos se legitiman a través de su naturaleza de representación. No obstante, los candidatos que se pueden obtener mediante estos mecanismos tienden a estar más cerca del público exterior al partido que de los propios militantes.

Ante este clima de incertidumbre y, más aún, ante la incapacidad de la mayoría de partidos políticos peruanos para llevar a cabo procesos de selección democrática de candidatos, no es descabellado pensar que para cumplir con las reglas de democracia interna estipuladas en la Ley de Partidos Políticos se podrían establecer mecanismos de carácter informal. Con el fin de tener este punto más claro, es preciso revisar la literatura que aborda esta problemática en la selección de candidatos.

En Colombia, país políticamente muy parecido al Perú, Barrero (2014) ha notado que los partidos políticos tienden a establecer normas propias o por exigencia legal —escritas y de amplio conocimiento— con las que formalizan los procesos de selección de candidatos. Sin embargo, en estos procesos se identifica que coexisten instituciones formales con informales, en formatos que van desde la complementariedad, la acomodación, la sustitución y la conflictividad. Así, dado

que la ley electoral nacional es laxa, los partidos imponen sus propias leyes, en las cuales hay margen de maniobra para designar a los candidatos, no solo por elecciones internas sino también a través de asambleas o de organismos colegiados en los cuales los electores son personas poderosas en el ámbito regional (parlamentarios y hacendados) o dirigentes políticos que eligen a los candidatos con criterios electorales, más allá de criterios como la militancia.

Helmke y Levitsky (2004) proponen una tipología respecto a la interacción entre lo formal y lo informal. De esta forma, desarrollan cuatro escenarios: a) instituciones informales complementarias, b) instituciones informales acomodadas, c) conflicto de instituciones informales y d) instituciones informales sustitutivas. En el primer escenario, las instituciones informales conviven con las instituciones formales eficaces y, más bien, se encargan de llenar los vacíos que muchas de ellas no cubran. En el segundo escenario, las instituciones informales son eficaces, pero su interacción con las formales es diferente: buscan los efectos de las reglas formales sin violarlas o, en todo caso, violan el espíritu de la ley mas no su interpretación formal. En el tercer escenario la coexistencia de instituciones informales y formales es incompatible: al momento en que se decida seguir una regla automáticamente se violará otra. Finalmente, en el último escenario se combinan instituciones formales ineficaces con instituciones informales eficaces que las sustituyen.

De esta manera, en las siguientes líneas nos guiaremos de la tipología planteada por los autores anteriormente reseñados con el fin de entender a cabalidad cómo se desarrollan los procesos de selección de candidatos al Congreso en el Perú.

4. LA SELECCIÓN DE CANDIDATOS AL CONGRESO EN LAS ELECCIONES GENERALES 2016

4.1. Fuerza Popular

Al terminar las elecciones de 2011, el partido Fuerza Popular (antes Fuerza 2011) inició un camino de institucionalización en el que sobresalieron una serie de esfuerzos de renovación partidaria que dejó atrás personajes que traen a la memoria las épocas más controversiales del fujimorismo en su auge de la década de 1990 (Sosa, 2016). Este proceso comenzó con la motivación de no repetir la derrota en segunda vuelta que se vivió en dicha elección; por ello, ganar las elecciones generales en 2016 fue la consigna del partido de Keiko Fujimori.

Sin embargo, pese al esfuerzo realizado por mostrar un rostro más democrático, el proceso de selección de candidatos en Fuerza Popular fue muy similar al de los demás partidos. Los órganos encargados de realizar la primera selección de candidatos fueron las estructuras locales, entendidas como coordinaciones

provinciales. Estas coordinaciones plantearon un número determinado de posibles militantes que podrían ser candidatos por el partido político.

Luego de la selección realizada por los coordinadores provinciales, las precandidaturas pasaron a una etapa de revisión por parte de la dirigencia regional con el fin de someterlas a una votación en asamblea. En el caso de que existiera más de una lista, los candidatos también podían competir internamente. La lista seleccionada era la que obtenía una votación mayoritaria y si la lista era única se procedía a validarla para inscribir las candidaturas. El último paso antes de la inscripción era la revisión por parte del Comité Ejecutivo Nacional (CEN) del partido, quienes escogían el orden de la lista congresal y efectuaban los cambios que consideraran necesarios.

Como sostuvo la congresista Úrsula Letona para este artículo, la revisión de las hojas de vida de los precandidatos fue un paso fundamental para poder seguir con su proceso de postulación. Los filtros que se aplicaron fueron de carácter técnico, así como respecto a los antecedentes de los aspirantes. Con ese fin, se realizaron consultas a la Ventanilla Única del JNE. Tanto en la asamblea del nivel subnacional como en el CEN se utilizaron estos mecanismos para todas las circunscripciones del país.

El CEN de Fuerza Popular concentró mucho poder en torno a la decisión respecto a qué militantes integraban la lista, quiénes la encabezan y quiénes podían ser invitados. Este órgano partidario fue el que tuvo la capacidad de inscribir el orden de la lista y dio preferencia a quienes creía convenientes, sin tomar en cuenta la votación que haya podido obtener alguno de los candidatos. Se tomaron criterios distintos al de la democracia interna, es decir que, al margen del número de votos que un candidato haya podido obtener, si no reunía los criterios mencionados como prioridad del CEN, no postularía con un número importante.

En Lima, la lista parlamentaria fue encabezada por Cecilia Chacón, quien iba a la reelección con el mismo partido. En el segundo lugar estuvo Yeni Vilcatoma, ex procuradora anticorrupción, quien terminó renunciando a su bancada tras una discusión con otros congresistas a mediados de setiembre. Las dos primeras candidatas en la lista fujimorista para Lima fueron mujeres y dentro de las diez primeras ubicaciones seis fueron mujeres. Se priorizó la presencia de mujeres en las primeras ubicaciones, con el objetivo de no solo cumplir con las cuotas establecidas por ley sino también de no dejarlas relegadas en los últimos lugares de la lista congresal. Asimismo, la presencia de candidatos menores de 45 años fue una de las metas internas que se propusieron y pudieron cumplir, al incluir a candidatos jóvenes como Edwin Vergara, Miguel Torres o Paloma Noceda, por mencionar algunos de los candidatos con menor edad.

Como se puede desprender de la descripción del proceso de selección de candidatos al Congreso de Fuerza Popular, este partido realizó el reclutamiento de sus candidatos desde las bases y les otorgó a los coordinadores provinciales la capacidad de escoger a los militantes que reunían el perfil técnico, político y la calidad profesional que buscaban. Pese a que, según este procedimiento, la posibilidad de escalar en la carrera partidaria es relativamente simple, a lo largo del desarrollo de este artículo se pudo conocer que el problema central en este partido giró en torno a que no existieron muchos voluntarios para desarrollarse como políticos fuera de su seno. Esto puede verse reflejado en la respuesta negativa que dieron muchos dirigentes antiguos y representativos del fujimorismo que fueron invitados a participar. La congresista Letona mencionó que los cuadros destacados al interior del partido no mostraban voluntad de participar en la política nacional representando a su partido. Como consecuencia de ello, se presentó una sola lista para ser validada en el proceso interno, aunque esto pueda ser percibido como una organización con jerarquía vertical, en la que no existe la competitividad interna.

4.2. Acción Popular

El partido Acción Popular fue fundado en 1956 por Fernando Belaunde Terry, expresidente de la república (1963-1968 y 1980-1985). Belaunde empezó su carrera política en la década de 1940, aunque ganó popularidad en la década de 1960, al obtener importantes votaciones específicamente en los años 1962 y 1963. En 1980, Acción Popular volvió al poder tras el gobierno militar de los generales Juan Velasco Alvarado y Francisco Morales Bermúdez.

En los años recientes, Acción Popular se ha visto afectado por una crisis interna, que obedece a disputas entre grupos al interior del partido. Así, en 2015 existieron dos secretarios generales: por un lado, Alan Kessel, cercano al actual congresista Víctor Andrés García Belaunde y, por el otro Rafael Vásquez, cercano al presidente del partido Mesías Guevara. El conflicto se prolongó dado que la elección de Vásquez no quedó legitimada por los organismos electorales del partido. Ante estos hechos, incluso tuvo que intervenir el JNE. Fue en este escenario convulsionado en el que se perfiló la candidatura de Alfredo Barnechea, quien fue diputado por el APRA entre 1980 y 1985. La dinámica que su candidatura generó contribuyó a agudizar las diferencias, en tanto, para el presidente del partido, quien también aspiraba a la candidatura presidencial, Barnechea representaba a alguien externo al partido.

Durante la campaña interna, Guevara se autoproclamó como alguien que había sido formado por el expresidente Belaunde y que, por tanto, merecía la oportunidad de postular a la Presidencia del Perú. Sin embargo, para muchos acciopopulistas, tal argumento no resultó conveniente, pues quienes lo acompañaban en las vicepresidencias fueron dos invitados, prácticamente desconocidos dentro del

partido de Paseo Colón. En cambio, Barnechea fue acompañado por Víctor Andrés García Belaunde y Edmundo del Águila Morote, cuadros con una importante ascendencia dentro del partido, lo que le dio el respaldo necesario dentro de la militancia para poder hacerse con la candidatura.

Acción Popular tuvo un proceso de selección de candidatos de «un militante un voto», es decir, elecciones internas cerradas. De esta forma aseguraron la participación de toda su militancia, quienes no recurrieron a delegados para elegir a sus candidatos. Con el fin de no ahondar en disputas, para la selección de los candidatos al Congreso se optó por el sistema de voto preferencial. Si algún correligionario tenía la voluntad de postular al Congreso, se le asignaba un número para la votación. Cada militante podía escoger solo a un candidato para seleccionar al 80% de la composición de la lista final, pues el porcentaje restante era destinado para los invitados.

A pesar de que no se originaron problemas con respecto a esta modalidad de selección, Guevara y su sector se opusieron a que los invitados ocuparan los primeros lugares de las listas. Esto ocurrió, por ejemplo, en el caso de Augusto Rey, quien ya estaba realizando campaña con el número 9, cuando su ubicación definitiva fue el número 11 tras presiones del sector dirigido por el presidente del partido.

El orden dentro de la lista para el Congreso estuvo directamente ligado a la cantidad de votos que obtuvieron los precandidatos. Así, Edmundo del Águila, cabeza de lista de Acción Popular, fue el que obtuvo mayor respaldo de la militancia. Entre los casos estudiados, ningún partido ejerció un mecanismo abierto para ubicar a sus candidatos dentro de la lista como el realizado por Acción Popular, con lo que empoderó a sus militantes en la toma de decisiones. De esta manera, Acción Popular fue, probablemente, el partido que realizó la selección de candidatos con la menor participación de élites dirigenciales.

4.3. Alianza Popular

La alianza electoral entre el APRA, el Partido Popular Cristiano y Vamos Perú, denominada Alianza Popular, inscribió una lista parlamentaria sobre la base de los dos primeros partidos. El primer acuerdo que se tomó en las negociaciones entre ambos fue que los números impares serían del APRA y los números pares del Partido Popular Cristiano. La lista fue encabezada por Mauricio Mulder, experimentado congresista y dirigente aprista, seguido por Raúl Castro, presidente del Partido Popular Cristiano y excongresista en el período 2006-2011.

Los procesos internos del APRA y el Partido Popular Cristiano fueron desarrollados por separado, aunque de forma similar. En el APRA, la lista por Lima fue configurada a partir de delegados, quienes participaron en un Plenario Nacional, según estipula su estatuto partidario. Los delegados fueron escogidos a partir de las estructuras locales, tanto distritales como provinciales. Estos actores

tenían la potestad de tomar la decisión respecto a quienes serían los militantes que conformarían las listas al Congreso. Así, en esta primera parte de la selección de candidatos, tuvieron lugar una serie de debates respecto a la idoneidad de los candidatos, así como, al final, un proceso de votación, el cual generó las diversas listas que posteriormente fueron enviadas a la Dirección Política, órgano encargado de ratificar la elección del Plenario Nacional o, en el caso contrario, de observarla y realizar los cambios que dicho órgano considerara necesarios. En este caso, la Dirección Política cumplía una función similar a la del CEN en Fuerza Popular.

Sin embargo, más allá de las formalidades, como comentó una de las fuentes requeridas para este artículo, los aspirantes apristas negociaron internamente la conformación de las listas parlamentarias. De esta forma, las facciones lideradas por Jorge del Castillo y Mauricio Mulder acordaron componerlas, en buena parte, dejando de lado a los cuarentones¹. Ante tal situación, al finalizar el proceso, el presidente del partido y candidato presidencial indicó que Úrsula Silva, un cuadro joven del partido muy cercano a él, sea la segunda de la lista aprista, es decir, la candidata por el número 3 en la Alianza Popular. Tal imposición no se replicó en el caso de conocidas figuras del partido como Mercedes Cabanillas y César Zumaeta, quienes tenían abiertas diferencias con García. También quedaron fuera algunos cuadros juveniles que en el último quinquenio participaron activamente en los diversos colectivos que se desarrollaron en el APRA al fragor de las pugnas con el gobierno humalista (Puémape, 2016).

Por el lado del Partido Popular Cristiano, primero se realizó un proceso interno en el cual participaron las facciones más representativas dentro del partido, como el «institucionalismo» y el «reformismo»; la primera, encabezada por el presidente del partido Raúl Castro, obtuvo el control de los delegados para Lima (Jiménez, 2016). Ante la grave crisis que el partido había experimentado a partir de sus últimas elecciones internas, en las cuales las dos listas que habían participado para optar por la Secretaría Departamental de Lima se adjudicaban el triunfo, en un principio se había propiciado una lista de unidad en la que ambas facciones pudieran tener igual cantidad de representantes. Sin embargo, las negociaciones no llegaron a buen puerto y, casi al límite del calendario electoral interno, ambas facciones inscribieron sus listas por separado en un proceso que, al igual que el que se llevó a cabo meses atrás, no estuvo exento de polémica. Mediante este resultado, el llamado «institucionalismo» tuvo casi el control completo de la lista pepecista, aunque, al final, no logró elegir ningún representante, dado que los tres escaños que alcanzó la Alianza Popular en Lima quedaron en manos de los apristas Mauricio Mulder, Jorge del Castillo y Luciana León.

¹ Grupo allegado a Alan García, entre ellos, Omar Quezada, Carlos Arana y Nidia Vílchez.

El presidente del Tribunal Nacional Electoral del APRA, Jorge Villasante, fue el encargado de establecer las normas generadas para el proceso interno, con la autorización de la Dirección Política y el CEN. Dicho dirigente es uno de los allegados al expresidente García. Algunas metas internas que se trazaron en este tribunal fue la de llegar a un 60% de candidatos jóvenes en las listas, edades que debieron estar dentro del rango de 25 y 35.

El Partido Popular Cristiano, al contrario del APRA, que ubicó a dos candidatas mujeres dentro de las diez primeras ubicaciones, solo consideró a una. Además, la mayoría de las candidatas mujeres eran jóvenes y se ubicaban en los últimos puestos. Esto se refleja en que, dentro de los siete últimos candidatos, cuatro eran mujeres. Asimismo, los delegados que conformaron la lista por Lima incluyeron a Javier Bedoya, único pepecista por Lima que fue a la reelección, pues Marisol Pérez-Tello y Alberto Beingolea no participaron en el proceso como oposición a la alianza de su partido con el APRA y Vamos Perú. Este último incluyó candidatos entre los impares, como Martín Fort y Doyle Acosta, ambos hombres. Dicho todo lo anterior, aunque en ambos partidos sí hubo competencia, dado que contaban con facciones en su interior, en algunos casos primaron negociaciones internas previas a la elección de los candidatos o acusaciones de manejos poco claros en el proceso electoral.

4.4. Peruanos Por el Kambio

El partido Peruanos Por el Kambio fue fundado por el actual presidente de la república, Pedro Pablo Kuczynski. De ahí que su nombre recoja las siglas de su líder y deja constancia del personalismo de la organización. En las elecciones de 2011, Kuczynski postuló junto al Partido Popular Cristiano, Alianza Para el Progreso, Restauración Nacional y el Partido Humanista Peruano, y obtuvo 18% de votos válidos. Un porcentaje nada despreciable si se tiene en cuenta que era la primera vez que Kuczynski postulaba a la Presidencia.

Con este precedente, Kuczynski postuló a la Presidencia nuevamente en 2016, pero esta vez con un partido propio para lograr un mayor margen de maniobra en las decisiones políticas. De forma similar a la mayoría de partidos, la selección de candidatos al Congreso fue delegada a una comisión encargada de evaluar los posibles candidatos en el ámbito nacional. Para tal fin, esta comisión impuso algunos filtros, como denuncias en contra de los precandidatos, su antigüedad de militancia (según el estatuto se requería al menos un año), así como sus actividades sociales y económicas previas.

El encargado de esta comisión fue una de las personas más allegadas al candidato presidencial, el hoy congresista Gilbert Violeta. Violeta es un personaje clave para

entender el funcionamiento del partido en tanto, más allá del personalismo que caracteriza al partido, ante el desinterés de Kuczynski por el día a día político, le delegó casi en exclusividad toda la actividad operativa de su organización. Así, bajo su coordinación, se evaluaron los perfiles de los precandidatos y se determinaron las ubicaciones en la lista parlamentaria. Además de los filtros mencionados, los precandidatos debían completar un curso especial sobre asuntos parlamentarios que tenía un costo de US\$ 1000. En caso de que los interesados no dispusieran de esa suma de dinero, desde el comando de campaña se les brindó la posibilidad de solicitar una beca. Según la persona entrevistada para este artículo, quien prefirió mantener su identidad en reserva, varios precandidatos aplicaron a la beca y fueron aceptados rápidamente. No obstante, tal situación fue percibida de una forma negativa, tanto por muchos de los interesados como por la militancia en general.

A diferencia de los otros partidos, el orden de las candidaturas en la lista de Peruanos Por el Cambio en Lima Metropolitana no tuvo un criterio definido. Los candidatos en las primeras posiciones como Mercedes Aráoz (1) o Carlos Bruce (5) no comparten características similares a las de Roberto Vieira (3) o Raúl Díaz (8), quienes no eran personajes políticos con alguna experiencia, sino allegados al encargado de elaborar las listas. Este patrón se replica incluso al momento de conocer la conformación de las listas parlamentarias del interior del país, en las cuales la dirigencia se dejó influenciar por gobernadores regionales con los que Kuczynski había tejido acuerdos previos, como el caso de Fernando Meléndez, en Loreto, o Ángel Unchupaico, en Junín.

A partir de estos hechos, se infiere que los militantes que han acompañado el proceso de formación de Peruanos Por el Cambio no tuvieron la misma oportunidad que personajes como Roberto Vieira, cuya cercanía a Violeta le permitió obtener una ubicación privilegiada. Vieira resultó ser tan externo al partido que fue expulsado de la bancada el 14 de noviembre, luego de varios incidentes con otros compañeros de bancada.

A la luz de todo lo mencionado, es preciso no perder de vista que, mientras que los demás partidos tienen facciones o, al menos, estructuras mínimas en ciertas localidades que sirven como correa de transmisión de potenciales candidatos hacia el nivel nacional, en Peruanos Por el Cambio no existe nada de eso. Ante ello, algunos autores que han estudiado a este grupo lo caracterizan como un «aguadito»² (Valle-Riestra, 2016). Así, la falta de bases exacerbó el personalismo de la organización y, con ello, marcó la forma de su proceso de selección de candidatos.

² Un «aguadito» es un caldo hecho con alimentos que sobraron de otros platos cocinados previamente. La metáfora culinaria en política hace referencia a la forma improvisada y débil con la que se armó el partido Peruanos Por el Cambio.

4.5. Frente Amplio

El Frente Amplio es una coalición de diversos colectivos y organizaciones de izquierda. Dado que el único partido político de esta tendencia política que tenía una inscripción vigente era Tierra y Libertad, liderado por el exsacerdote Marco Arana, el frente se inscribió bajo el paraguas de este partido. Pese a que desde un inicio se manifestó la intención de elegir a sus representantes bajo la modalidad de elecciones internas abiertas, esta característica fundamental trajo una serie de problemas.

La organización de elecciones internas abiertas no era una novedad para las organizaciones de izquierda. A lo largo de su historia, y a partir de su endémica fragmentación, han desarrollado una lógica participacionista por lo cual es imposible que alguno de sus candidatos sea elegido de forma discrecional. En los últimos años existía el antecedente de las elecciones internas realizadas para elegir a la lista de regidores que postularía a las elecciones complementarias realizadas en noviembre de 2014, tras la revocatoria por consulta popular de casi la mitad del Consejo Metropolitano unos meses antes. Posteriormente, para la elección del candidato presidencial también se utilizó dicho mecanismo. Fue en este contexto en el que se realizaron las elecciones internas abiertas para la selección de candidatos que postularían al Congreso de la República.

En lo formal, como la mayoría de partidos, el Frente Amplio tiene una estructura nacional que va de abajo hacia arriba. Sin embargo, a diferencia de la mayoría de los grupos políticos peruanos, esta estructura es funcional. En otras palabras, aunque muchas de las organizaciones del partido puede que no sean totalmente representativas de la correlación de fuerzas en sus localidades, tampoco son cascarones. De esta manera, muchos de estos grupos se convirtieron en una especie de «semilleros», cuyos dirigentes fueron promovidos como precandidatos al Congreso. A partir de ello, los comités políticos de cada región, conformados, en el mejor de los casos, por todas las organizaciones del conglomerado, armaban una terna de candidatos elegibles. Esta propuesta era elevada a una instancia nacional, la cual actuaba como una especie de filtro. Cuando era aceptada, finalmente se sometía a los precandidatos a un sorteo para asignarles el número con el que participarían en el proceso electoral. Pese a ello, la elección se configuró bajo una lista única. ¿Cómo se explica esta aparente contradicción?

La lista única tiene su origen en los conflictos que había habido previamente en los comicios para elegir al candidato presidencial del partido. Estos se habían desarrollado en torno a la tensión originada por el «dueño» de la inscripción, Tierra y Libertad, y quienes aspiraban a la configuración de una candidatura más competitiva. Para estos últimos, el líder de Tierra y Libertad, Marco Arana, no tenía

posibilidades de ganar la elección por una supuesta «falta de carisma», mientras que para los militantes de dicho partido Arana debía de tener la primera opción por cuanto era quien había conducido sendos esfuerzos para obtener la ansiada inscripción electoral, así como por su desprendimiento para poner su marca a disposición de los otros actores de la izquierda y para someterse a un proceso de elecciones internas. Su contendora fue la congresista cusqueña Verónica Mendoza. Mendoza militaba en el Movimiento Sembrar, fundado por ella tiempo atrás. Para muchos, Mendoza, por su juventud y su buen desenvolvimiento en la arena pública, tenía más opciones que Arana. Al final, ella se erigió como ganadora, aunque el proceso electoral no estuvo exento de polémicas. Miembros del equipo de la excongresista acusaron a Tierra y Libertad de llevar a gente a votar en camiones por Arana y de falsificar resultados electorales, lo cual había agriado las relaciones entre los diversos grupos. De esta forma, se consideró que una competencia más podía romper con la frágil unidad del Frente Amplio. Pese a ello, la lista única tenía opciones para marcar por el número de preferencia del elector. De esta manera, se terminó conciliando la necesidad de la unidad con la necesidad de una selección democrática de candidatos.

Sin embargo, las elecciones internas no determinaban el orden definitivo de las listas, dado que el Comité Electoral Nacional del partido debía de considerar para ese fin la incorporación de los candidatos invitados y el criterio de alternancia de género aprobado en su Congreso nacional. En muchos casos, este último criterio tuvo un criterio distorsionador. Por ejemplo, para el caso de la lista de Lima Metropolitana, un excongresista planteó tener la tercera ubicación. Aunque inicialmente nadie mostró mayores reparos, a la luz de la apuesta por la paridad, se le propuso asignarle un número más abajo, propuesta que no aceptó y que lo llevó a no postular a la reelección.

Por lo demás, la manera en la cual las instancias intermedias regionales y el CEN procesaron las candidaturas tampoco estuvo exenta de polémica. Así, hubo dos casos en el sur del país en los cuales se impugnaron los resultados de las elecciones. Estos se llevaron a cabo en Arequipa y en Puno. En Arequipa, el congresista Justiniano Apaza pese a que obtuvo la mayor votación en las elecciones, fue excluido de la lista parlamentaria. Posteriormente, tras una resolución del JNE, fue repuesto en la lista con la segunda ubicación, resultando reelecto tiempo después en la elección general. En Puno sucedió algo similar. El actual congresista Alberto Quintanilla en un inicio también fue excluido de la lista al Congreso, pero, ante presiones de su organización —el Partido Socialista, que aportó al Frente Amplio a buena parte del equipo económico—, fue repuesto. Otro problema con respecto a las formalidades estuvo relacionado con el desarrollo de las elecciones primarias abiertas.

Cuando ya habían hecho el llamamiento para sus elecciones primarias abiertas, la cúpula del partido se dio cuenta de que en su estatuto —que es el estatuto de Tierra y Libertad— decía que su método para la selección de candidatos tanto a la Presidencia como al Parlamento era a través de la realización de una asamblea de delegados. Si el estatuto no era respetado, las listas del Frente Amplio podían correr el peligro de ser tachadas. Por otro lado, su adecuación tampoco era una posibilidad por cuanto para ello se debía de convocar a un Congreso Extraordinario, cuya puesta en marcha demoraba aproximadamente dos meses. En consecuencia, optaron por no utilizar el nombre de «elecciones primarias», sino el de «elecciones ciudadanas». Tras estas, llevaron a cabo una asamblea ficticia con el fin de ratificar las decisiones tomadas en el procedimiento realizado con antelación. Así, más allá de los esfuerzos por realizar una selección de candidatos democrática, se mantuvieron mecanismos fuera de los procedimientos para que el proceso llegara a buen puerto.

5. REFLEXIONES FINALES

La literatura que aborda las condiciones bajo las cuales se desarrollan procesos de selección democrática de candidatos menciona que estos solo se realizan en contextos en los cuales los partidos son plurales. A la luz de las características propias de los partidos políticos peruanos, hemos podido verificar esta afirmación. Los grupos fuertemente personalistas, tales como Fuerza Popular y Peruanos Por el Cambio, no tienden a desarrollar, en la práctica, estos procesos; mientras que otros como el Partido Popular Cristiano, el APRA, Acción Popular y el Frente Amplio, en los cuales hay facciones y más de un solo líder, sí tienden a hacerlos, aunque de forma aún precaria.

Estos últimos partidos mencionados evidencian una selección que se puede catalogar como «competitiva»; sin embargo, es limitada en su práctica, además de tener el peligro de ser excesivamente intensa. Los casos de Partido Popular Cristiano y Acción Popular, al contrario del APRA, dan a notar mayores disputas, en parte porque el APRA —a pesar de tener competencia interna— respeta el consenso e incluso presentó una lista única para el Congreso en Lima.

Pese a que grupos como Fuerza Popular y Peruanos Por el Cambio siguen recurriendo a amplios márgenes de discrecionalidad en la selección de sus candidatos —mucho más amplios que los demás partidos analizados—, sí lograron adecuarse a la normativa electoral con la realización de elecciones internas. La literatura sobre la convivencia entre instituciones formales e informales nos ha brindado una pauta importante para entender estos hechos. Así, por medio de la revisión de cinco casos, hemos podido observar que, la laxitud de las normas que rigen el desarrollo de las elecciones internas —las cuales dejan en libertad a los partidos para que elijan

el método que encuentren más conveniente— hace que los partidos regulen sus mecanismos de selección de candidatos con el acomodo de sus intereses particulares a las normas formales. Como mencionó una de las entrevistadas para la realización del siguiente trabajo, a las organizaciones electorales lo único que les importa es la formalidad del cumplimiento del estatuto, sin verificar si en la realidad sucede ello. De esa manera, a la luz de la clasificación de Levitsky y Helmke, estaríamos hablando de «instituciones informales complementarias».

Dicho todo lo anterior, queda claro que la realización de elecciones internas democráticas en el Perú es un sueño. Como ya se ha mencionado en múltiples oportunidades, las leyes brindan incentivos para cambiar la realidad, pero difícilmente tienen el poder de cambiarla. La selección democrática de candidatos es una aspiración válida. Sin embargo, es preciso que dialogue con la realidad de los partidos. El hecho de que las reglas electorales y el contexto propio de los partidos vayan por cuerdas separadas lleva a lo que se ha visto en las últimas elecciones: exclusiones de candidatos, incertidumbre y desorden desde los propios órganos encargados de garantizar todo lo contrario.

BIBLIOGRAFÍA

- Barrenechea, Rodrigo (2014). *Becas, bases y votos: Alianza Para el Progreso* y la política subnacional en el Perú. Lima: IEP.
- Barrero, Fredy (2014). Instituciones formales e informales en la selección de candidatos en el ámbito subnacional colombiano. Elecciones 2011. *Análisis Político*, 27(80), 123-145.
- Caillaud, Bernard & Jean Tirole (2002). Parties as Political Intermediaries. *Quarterly Journal of Economics*, 117(4), 1453-1489.
- Carey, John & John Polga-Hecimovich (2006). Primary Elections and Candidate Strength in Latin America. *Journal of Politics*, 68(3), 530-543.
- Colomer, Josep (2002). Las elecciones primarias presidenciales en América Latina y sus consecuencias políticas. Marcelo Cavarozzi y Juan Manuel Abal Medina (comps.), *El asedio a la política. Los partidos latinoamericanos en la era neoliberal* (pp. 117-136). Rosario: Homo Sapiens.
- Cyr, Jennifer (2011). ¿Por qué el APRA no muere? En Carlos Meléndez (comp.), *Post-candidatos. Guía analítica de supervivencia hasta las próximas elecciones* (pp. 197-226). Lima: Mitin-50+1.

- De Luca, Miguel, Mark Jones & María Inés Tula (2002). Back Rooms or Ballot Boxes? Candidate Nomination in Argentina. *Comparative Political Studies*, 35(4), 413-436.
- Epstein, León (1980). *Political Parties in Western Democracies*. Nueva Jersey: Transaction.
- Freidenberg, Flavia (2006). Democracia interna: reto ineludible de los partidos políticos. *Revista de Derecho Electoral*, 1, 5-22.
- Helmke, Gretchen & Steven Levitsky (2004). Informal Institutions and Comparative Politics: A Research Agenda. *Perspectives on Politics*, 2(4), 725-727.
- Jiménez, Fernando (2016). «Competitividad intrapartidaria. ¿Dinámica interna o fragmentación? El caso del Partido Popular Cristiano». Tesis de licenciatura, PUCP.
- Kemahlioglu, Ozge, Rebecca Weitz-Shapiro & Shigeo Hirano (2009). Why Primaries in Latin American Presidential Elections? *The Journal of Politics*, 71(1), 339-352.
- Lundell, Krister (2004). Determinants of Candidate Selection the Degree of Centralization in Comparative Perspective. *Party Politics*, 10(1), 25-47.
- Meléndez, Carlos (2012). *La soledad de la política. Transformaciones estructurales, intermediación política y conflictos sociales en el Perú (2000-2012)*. Lima: Mitin.
- Puémape, Félix (2016). La fe de los sobrevivientes. Una mirada a la ¿última? campaña electoral de Alan García (y Lourdes Flores). En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 61-86). Lima: Planeta.
- Serra, Gilles (2011). Why Primaries? The Party's Tradeoff between Policy and Valence. *The Journal of Theoretical Politics*, 23(1), 21-51.
- Siavelis, Peter (2009). Enclaves de la transición y democracia chilena. *Revista de ciencia política*, 29(1), 3-21.
- Sosa, Paolo (2016). ¿El despertar de la Fuerza Popular? Keiko Fujimori y el partido de las paradojas. En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 15-42). Lima: Planeta.
- Tanaka, Martín (1998). *Los espejismos de la democracia: el colapso del sistema de partidos en el Perú, 1980-1995, en perspectiva comparada*. Lima: IEP.
- Urrutia, Adriana (2011). Que la fuerza esté con Keiko: el nuevo baile del fujimorismo. El fujimorismo, su organización y sus estrategias de campaña. En Carlos Meléndez (comp.), *Post-candidatos. Guía analítica de supervivencia hasta las próximas elecciones* (pp. 91-120). Lima: Mitin -50+1.

- Valle-Riestra, Esteban (2016). PPK 2016: del «sancochado» al «aguadito». En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 87-101). Lima: Planeta.
- Vergara, Alberto (2009). *El choque de los ideales. Reformas institucionales y partidos políticos en el Perú post-fujimorato*. Lima: IDEA Internacional.
- Zavaleta, Mauricio (2014). *Coaliciones de independientes. Las reglas no escritas de la política electoral*. Lima: IEP.

PARTIDOS POBRES, CAMPAÑAS RICAS¹

Denisse Rodríguez Olivari

UNA INTRODUCCIÓN AL FINANCIAMIENTO DE PARTIDOS

Los partidos políticos han ido transformando sus formas de organización y financiamiento a través de los años. Hacia el final del siglo XVIII, los partidos de cuadros fueron financiados por los mismos candidatos, quienes solían pertenecer a las clases más acomodadas de la sociedad, usualmente de los círculos industriales y comerciales. Posteriormente, los partidos de masas pasaron a cubrir sus gastos mediante las cuotas de sus afiliados, en el caso de los partidos de izquierda, y donaciones por parte de los grupos empresariales, en los casos de los partidos de centro y de derecha (Katz & Mair, 1995, p. 18). Son, finalmente, los partidos *catch-all* o ‘atrapa todo’ que durante la mitad del siglo XX empezaron a recibir subvenciones públicas en Europa. Como podemos observar, los partidos pasaron de ser autosostenibles en sus orígenes a necesitar fuentes externas de financiamiento en la actualidad.

De este modo, se observa un cambio en las estructuras de los partidos y no se puede pretender que los altos costos de campaña sean cubiertos exclusivamente con aportes de los candidatos o mediante actividades de recaudación de fondos. Más aún, existe disparidad entre las organizaciones políticas más establecidas y las nuevas, lo cual origina problemas para las segundas a la hora de captar fuentes de ingreso. Estos problemas conllevan al uso de dinero ilícito no solo en Latinoamérica sino en varias regiones del mundo (Casas-Zamora, 2005; Bryan & Baer, 2005; van Biezen, 2003; Escuela de Gobierno y Políticas Públicas, 2016).

¹ La autora quiere agradecer a Carlos Arroyo y Samuel Rotta de Proética, quienes facilitaron el uso de la información que forma parte del presente artículo.

El financiamiento de la política —en especial, de las campañas electorales— es uno de los problemas fundamentales de los sistemas democráticos modernos en general. Por ejemplo, en Estados Unidos, la ley Bipartisan Campaign Reform Act (BCRA) de 2002 estipula un monto máximo por aportante de US\$ 2600 (Schotland, 2004). Sin embargo, el promedio de una campaña congresal es de US\$ 5 000 000 y una presidencial de hasta US\$ 1 000 000 000. En estos casos, limitar los gastos a través de topes a los aportes privados es poco realista, pues existe un vacío que incentiva a canalizar dinero mediante los ‘super PACs’ (*political actions committees*) o grupos exonerados del pago de impuestos que son compuestos por elites económicas.

1. ¿CÓMO FUNCIONA ACTUALMENTE EL FINANCIAMIENTO EN EL PERÚ?

La Ley de Partidos Políticos establece un esquema de financiamiento mixto con aportes públicos y privados para financiar campañas electorales y gastos de funcionamiento. El financiamiento público es de dos tipos: directo e indirecto. El directo se calcula sobre la base del número de votos emitidos en las últimas elecciones al Congreso, mientras que el indirecto se otorga a través de la franja electoral mediante espacios publicitarios en medios de comunicación. El monto actual del financiamiento público directo se determina de la siguiente manera: el total de votos emitidos se multiplica por el 0,1% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) —que equivale a S/ 36— con el objetivo de obtener un monto que se distribuye de forma proporcional a los votos válidos obtenidos por cada agrupación política en las elecciones parlamentarias en un 60%, mientras que el 40% restante es repartido de forma equitativa entre todos los partidos con representación parlamentaria.

Sin embargo, aquella suma aún no ha sido distribuida debido a que la ley aprobada en 2003 estipulaba que dicha distribución se haga de acuerdo a «las posibilidades de la economía nacional», lo que supone que el Ministerio de Economía y Finanzas aplique dicha disposición a discreción suya. En enero de 2017 se dispuso que seis agrupaciones políticas cuenten con dinero público ya que tienen representación parlamentaria. Estos fueron: Fuerza Popular, Peruanos Por el Kambio, Frente Amplio, Alianza Para el Progreso, APRA y Acción Popular (ver tabla 1). El cálculo estimado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) es de S/ 14 813 498 anuales, monto que asciende a un total de S/ 74 067 492 en total durante los próximos años hasta la siguiente elección general en 2021. Cabe señalar que el APRA no recibirá financiamiento alguno puesto que no presentó información financiera completa correspondiente a las elecciones de 2016.

Tabla 1. Agrupaciones políticas que recibirán financiamiento público desde 2017

| Agrupación | Monto en soles | Número de votos |
|--------------------------|----------------|-----------------|
| Fuerza Popular | 22 500 000 | 4 400 000 |
| Peruanos Por el Cambio | 12 900 000 | 2 000 000 |
| Frente Amplio | 11 700 000 | 1 700 000 |
| Alianza Para el Progreso | 9 400 000 | 1 120 000 |
| Acción Popular | 8 900 000 | 877 000 |
| APRA | 8 500 000 | 1 000 000 |

Fuente: ONPE y Asociación Civil Transparencia.

Por otro lado, la modalidad que ya se pone en práctica hace muchos años es el financiamiento público indirecto conocido como «franja electoral». Durante un período de 32 días antes de las elecciones generales, los partidos políticos pueden acceder de forma gratuita a medios de comunicación públicos y privados subvencionados por el Estado. El costo total en las elecciones de 2011 fue de S/ 30 000 000. De acuerdo a estimaciones basadas en las rendiciones de cuentas hechas por las diecinueve organizaciones participantes en las elecciones de 2016, este monto asciende a 94 000 000. En tan solo cinco años, los gastos reportados —que suponen una subestimación tomando en cuenta desbalances encontrados en los informes financieros— se han triplicado (ONPE, 2016b).

Ahora bien, ¿de qué forma puede ser utilizado este financiamiento? De acuerdo al Reglamento de Supervisión de Fondos Partidarios (resolución jefatural 060-2005-J/ONPE), los montos por financiamiento público solo pueden invertirse en actividades de: a) formación, que fomenten el conocimiento y asimilación de programas, propuestas, principios y valores del partido; b) capacitación, aquellas dirigidas a adquirir habilidades para el ejercicio de funciones orientadas a los objetivos del partido; c) investigación para el análisis sistemático de información relacionada al partido; d) gastos de funcionamiento ordinario con el fin de solventar gastos operativos de la organización política. De forma complementaria, las organizaciones políticas pueden financiarse mediante cuotas de afiliados, donaciones, ingresos por actividades proselitistas, como bingos o rifas, créditos, herencias, entre otros. El monto límite para estos aportes es de S/ 231 000 —el equivalente a 60 UIT— y, bajo el concepto de actividades proselitistas, de S/ 15 000 —o 30 UIT—.

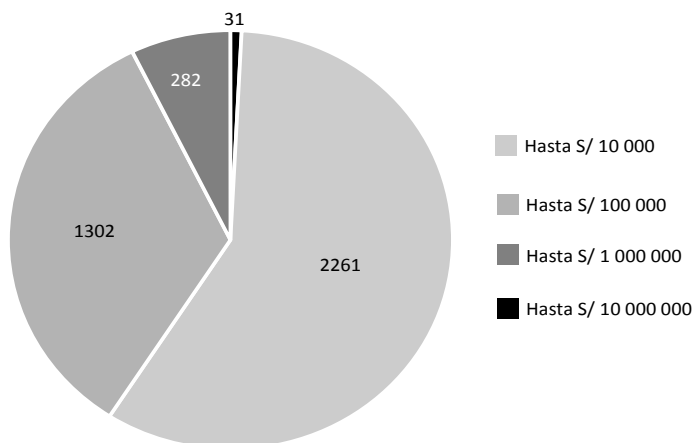
2. EL CASO PERUANO

La mitad de los peruanos considera que la democracia funciona mal. De este grupo, el 81% lo atribuye a los partidos, según la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho) de 2013 (INEI, 2014). Sumado a esto, de acuerdo al Barómetro Global de la Corrupción, los partidos políticos son percibidos como organizaciones extremadamente corruptas, solo superados por el Poder Judicial (Transparencia Internacional, 2013). Entonces no debería ser una sorpresa saber que la mayoría de la población está en desacuerdo con la asignación de fondos públicos a estas organizaciones. Sin embargo, pese al desprestigio generalizado de los partidos en la región, casi todos los países latinoamericanos cuentan con algún tipo de financiamiento estatal directo o indirecto.

2.1. ¿Quiénes financian la política en el Perú?: el perfil de los aportantes

De acuerdo a un informe de la ONPE, el 47% de las contribuyentes a las organizaciones políticas cuentan con deudas financieras (2014), algunas de ellas por montos que ascienden a S/ 10 000 000 (ver gráfico 1). La elaboración de este reporte fue posible gracias a la conformación de la Coalición Interinstitucional de la ONPE con el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (Reniec), el Ministerio de Justicia, el Ministerio Público, la Superintendencia de Banca y Seguros, entre otras instituciones.

Gráfico 1. Número de aportantes con deudas en soles

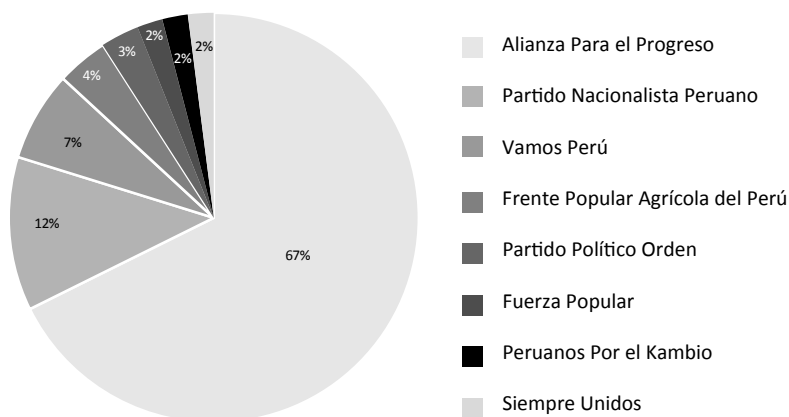


Fuente: ONPE (2014).

Según la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Sunat), 146 personas aportaron sumas por encima de sus rangos remunerativos. Asimismo, la corroboración del padrón junto con la información del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (Midis) reveló que muchos contribuyentes recibían S/ 100 por parte de los programas de dicho ministerio, pero figuraban con aportes de hasta S/ 2000. Del mismo modo, 385 personas ni siquiera se encuentran identificadas en el padrón del Reniec. Siguiendo esta línea, casi el 90% de las razones sociales consignadas como aportantes son poco conocidas. Incluso algunas de estas personas tienen antecedentes policiales en delitos como terrorismo, tráfico de drogas, extorsión, lavado de activos, proxenetismo, violación y delitos contra el honor sexual (Escuela de Gobierno y Políticas Públicas, 2016).

Esta información no difiere mucho de las características de los miembros y candidatos de los partidos durante las elecciones generales de 2016. Se registraron 318 aportantes irregulares durante la primera mitad de la campaña electoral. El gráfico 2 muestra la información desagregada por partido: resalta el caso de Alianza Para el Progreso, partido que tiene hasta el 67% de contribuyentes con deudas o investigaciones fiscales, de acuerdo a la ONPE.

Gráfico 2. Porcentaje de aportantes con deudas financieras por organización política en las elecciones generales de 2016



Fuente: Proética (2016).

Incluso se encuentran cincuenta prófugos de la lista de los más buscados del Ministerio de Interior con afiliaciones vigentes a quince organizaciones políticas (ver tabla 2). La mitad de ellos están en el APRA, Perú Posible y Somos Perú con ocho prófugos cada uno.

Tabla 2. Número de prófugos afiliados a partidos políticos

| Organización política | Número |
|---|--------|
| APRA | 8 |
| Perú Posible | 8 |
| Partido Democrático Somos Perú | 8 |
| Partido Popular Cristiano | 6 |
| Partido Nacionalista Peruano | 4 |
| Acción Popular | 3 |
| Restauración Nacional | 3 |
| Alianza Para el Progreso | 3 |
| Unión Por el Perú | 2 |
| Partido Político Orden | 2 |
| Perú Libertario | 1 |
| Siempre Unidos | 1 |
| Frente Popular Fía del Perú | 1 |
| Partido Regional de Integración | 1 |
| Movimiento Regional para el Desarrollo con Seguridad y Honradez | 1 |

Fuente: Observatorio para la Gobernabilidad (INFOgob) y Registro de Organizaciones Políticas (ROP).

No es sorpresa tampoco que el 10% de los candidatos al Congreso tengan antecedentes penales y civiles, así como procesos judiciales en curso, en delitos graves y actividades criminales relacionadas a la malversación de fondos públicos. De nuevo, Alianza Para el Progreso es la agrupación con el mayor número de candidatos imputados (ver tabla 3).

Tabla 3. Candidatos con antecedentes y procesos judiciales en las elecciones de 2016

| Organización política | Antecedentes penales | Antecedentes civiles | Procesos judiciales en curso | Total |
|--|----------------------|----------------------|------------------------------|-------|
| Alianza Para el Progreso | 9 | 16 | 9 | 34 |
| Solidaridad Nacional- Unión Por el Perú | 7 | 5 | 9 | 21 |
| Fuerza Popular | 1 | 7 | 13 | 21 |
| Peruanos Por el Kambio | 5 | 4 | 11 | 20 |
| Alianza Popular | 3 | 5 | 11 | 19 |
| Todos Por el Perú | 1 | 3 | 14 | 18 |
| Partido Político Orden | 5 | 4 | 6 | 15 |
| Perú Libertario | 6 | 6 | 2 | 14 |
| Democracia Directa | 4 | 2 | 8 | 14 |
| Frente Amplio | 2 | 0 | 11 | 13 |
| Perú Posible | 2 | 6 | 5 | 13 |
| Perú Patria Segura | 2 | 5 | 5 | 12 |
| Partido Nacionalista Peruano | 1 | 2 | 3 | 6 |
| Partido Humanista | 2 | 2 | 2 | 6 |
| Frente Esperanza | 1 | 3 | 0 | 4 |
| Perú Nación | 1 | 3 | 0 | 4 |
| Acción Popular | 0 | 0 | 1 | 1 |

Fuente: Portal web de Asociación Civil Transparencia (2016).

2.2. Fuentes ilegales de financiamiento de campañas

En una encuesta realizada en 2015, dos cada cinco personas creen que los partidos son financiados por sus miembros o por empresas privadas nacionales. El 22% considera que utilizan dinero proveniente del narcotráfico, tala o minería ilegal; mientras que el 30% piensa que son empresas extranjeras las que aportan a los partidos (Integración, 2015). Esta información deja entrever el grado de desconfianza que generan las finanzas de los partidos, sobre todo teniendo en cuenta el flujo de dinero ilícito. Entre 2007 y 2015, se estimaron US\$ 11 000 000 provenientes del lavado de activos, de acuerdo a la Unidad de Inteligencia

Financiera y el Ministerio Público (RPP, 2016). Solo en 2015 esta cifra alcanzó los US\$ 1 500 000. Las principales fuentes son el narcotráfico, la minería ilegal y la corrupción. Por ejemplo, la minería ilegal genera más de un billón de dólares al año, que son imposibles de rastrear de acuerdo a la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía-SNMPE (Gestión, s.f.). Del mismo modo, el Perú es el cuarto país con mayor área de bosques en el mundo, con 60 000 000 ha. Se estima que el 80% de la madera exportada desde el Perú tiene origen ilegal (FAO, 2011). El volumen de estas operaciones oscilaría entre US\$ 44 000 000 y US\$ 72 000 000 anuales, según un informe realizado por el Banco Mundial (Pereira Gonçalves, Panjer, Greenberg & Magrath, 2012).

3. LA INFLUENCIA DEL NARCOTRÁFICO EN EL FINANCIAMIENTO DE LA POLÍTICA

Especial atención merece el rol que cumple el dinero ilícito proveniente del narcotráfico. En las zonas afectadas por esta actividad no solo existen grandes sumas de dinero que financian campañas. También marcan la pauta entre las autoridades elegidas. En un documento producido por la Escuela de Gobierno y Políticas Públicas, en el marco de la Plataforma para la Reflexión Política sobre el financiamiento de la política, Federico Tong presenta información de las últimas elecciones regionales. El autor identifica 108 distritos del país comprendidos en el área de influencia del narcotráfico que incluyen 61 municipalidades distritales, 34 municipalidades provinciales y trece gobiernos regionales. Como indica la tabla 4, en las elecciones de 2002, siete de trece autoridades elegidas pertenecieron a partidos nacionales, y en 2006 solamente cinco de trece. En el nivel distrital, únicamente el 30% de los municipios eligieron alcaldes afiliados a partidos políticos nacionales (Tong, 2016, p. 77).

Tabla 4. Número de autoridades elegidas que pertenecen a partidos políticos de alcance nacional

| Número de autoridades | 2002 | 2006 |
|----------------------------|------|------|
| 13 gobiernos regionales | 7 | 5 |
| 34 municipios provinciales | 15 | 14 |

Fuente: ONPE (2016).

En el área denominada el VRAEM (Valle de los ríos Apurímac, Ene y Mantaro), la situación es aún más aguda. En ninguno de los cinco gobiernos regionales

comprendidos en esta zona (Apurímac, Ayacucho, Junín, Huancavelica y Cusco) hay un candidato proveniente de partidos de ámbito nacional; en el nivel provincial hay solo uno de diez y en el nivel municipal, once de 36 (Tong, 2016, p. 79). Por último, de acuerdo a la herramienta Verita de la Asociación Civil Transparencia, veinticinco candidatos estaban sentenciados por delitos graves como tráfico ilícito de drogas (trece), homicidio (siete) y terrorismo (cinco).

3.1. Sanciones

Actualmente, la legislación prohíbe que los partidos reciban aportes de organizaciones religiosas, entidades públicas, partidos y agencias de gobierno extranjeras —salvo para actividades de capacitación, investigación y formación—. De incurrir en una falta, los partidos son multados con montos que oscilan entre S/ 10 000 y S/ 72 000 (3 a 20 UIT) o incluso la cancelación de la inscripción del partido político en caso incumpla una resolución de sanción. Si las infracciones están relacionadas a los aportes de individuos, siendo el tope de S/ 231 000 y en caso de actividades de campañas de S/ 115 000, las sanciones son entre diez a treinta veces el monto de los aportes. Por ejemplo, el partido Alianza Para el Progreso, liderado por César Acuña, fue multado por S/ 2 200 000 por recibir un aporte superior al límite legal en 2014; y Perú Posible, de Alejandro Toledo, fue sancionado con S/ 171 000 en 2011.

Las organizaciones políticas deben presentar sus estados financieros a la Gerencia de Supervisión de Fondos Partidarios de la ONPE cada dos meses durante los años electorales y dos veces al año fuera de ellos. Lamentablemente, incumplir las disposiciones legales o tener irregularidades en la rendición de cuentas a los organismos correspondientes no constituye un delito, tan solo una sanción administrativa o pérdida del financiamiento público que recién se implementará este año. En el pasado no hubo incentivos para que las organizaciones que no rendían cuentas cumplan con la ley. Es más, información recogida por ONPE muestra que son las mismas organizaciones las que incumplen reiteradamente con la presentación de información financiera o el reglamento de publicidad electoral. Por ejemplo, las tablas 5 y 6 muestran que son Alianza Popular, Partido Nacionalista Peruano, Peruanos Por el Cambio, Alianza Para el Progreso, Perú Posible, Fuerza Popular, Solidaridad Nacional-Unión Por el Perú y Acción Popular los infractores recurrentes entre juicios ya iniciados y multados impuestos por el Jurado Nacional de Elecciones (JNE). Para que la procuraduría del JNE demande en la vía judicial, las organizaciones deben haberse negado a pagar las multas o conciliar.

Tabla 5. Procesos judiciales por organización política en las elecciones de 2011

| Organización política | Procesos en trámite | Sentencias | Monto total | Orden de embargo |
|--|---------------------|------------|-------------|------------------|
| Perú Posible | 15 | 4 | 4 103 200 | 863 2000 |
| APRA | 11 | 3 | 2 182 000 | 720 400 |
| Fuerza 2011 (Fuerza Popular) | 6 | 1 | 972 000 | 324 000 |
| Solidaridad Nacional-Unión Por el Perú | 3 | -- | 752 000 | -- |
| Alianza Para el Progreso | 5 | -- | 654 000 | -- |
| Gana Perú (Partido Nacionalista Peruano) | 4 | -- | 432 000 | -- |

Fuente: JNE (2016).

En la tabla 6 figuran las multas de las elecciones de 2016 que aún no han sido judicializadas. Pese a que todavía hay tiempo para resolverlas, se observa que cinco de las seis organizaciones que recibirían financiamiento público directo a partir de este año son las mayores infractoras en ambas ocasiones. De hecho, el dinero adeudado por los partidos infractores alcanzaría para cubrir el 30% del monto total del financiamiento estatal.

Tabla 6. Multas por organización política en las elecciones de 2016

| Organización política | Multas | Monto |
|--------------------------|--------|-----------|
| Alianza Popular | 31 | 3 752 500 |
| Peruanos Por el Kambio | 27 | 3 298 250 |
| Fuerza Popular | 10 | 1 204 750 |
| Acción Popular | 6 | 750 000 |
| Alianza Para el Progreso | 6 | 711 000 |
| Perú Posible | 5 | 592 500 |

Fuente: JNE (2016).

4. CUANDO LAS CUENTAS NO CUADRAN: ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA ELECTORAL DE 2016

Las alianzas y partidos reportaron ingresos por S/ 101 818 853 y gastos de S/ 94 143 964. Estos montos han sido calculados a partir de información proporcionada por las diversas agrupaciones a la ONPE en el proceso de verificación y control a organizaciones políticas. Además, se registran al menos S/ 8 500 000 no reportados en publicidad en medios de comunicación. Quince organizaciones registraron algún tipo de irregularidad respecto a la rendición de cuentas, ya sea por proporcionar información incompleta o no reportar gastos operativos o de campaña (ver tabla 7). Asimismo, nueve organizaciones políticas reportaron egresos superiores a sus ingresos (Solidaridad Nacional, Alianza Para el Progreso, APRA, Democracia Directa, Partido Político Orden, Partido Humanista Peruano, Perú Libertario, Perú Patria Segura y Perú Posible).

Aunque los montos varían, los partidos no cumplen con la presentación de información financiera certera y a tiempo. La mayoría de las agrupaciones cuentan con saldos a favor que oscilan entre los S/ 2500, de Perú Libertario, y los S/ 4 000 000, de Fuerza Popular. Sin embargo, Alianza Para el Progreso tiene un desbalance de S/ 871 994, Patria Segura y Perú Posible presentan alrededor de S/ 160 000, mientras que el Partido Humanista Peruano y Perú Nación nunca presentaron ingresos. En el curioso caso de Solidaridad Nacional y Siempre Unidos no existe ni un sol de diferencia entre sus ingresos y egresos, y Frente Esperanza y Perú Libertario presentan montos redondos de S/ 9000 y S/ 2500 (ver tabla 8).

Tabla 7. Irregularidades identificadas en los reportes de información financiera proporcionados por cada organización política

| Organización política | Aportes irregulares o con información incompleta | Publicidad en medios no reportada | Mítines no reportados | Locales partidarios no reportados | Publicidad exterior no reportada |
|------------------------------|--|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| Acción Popular | x | x | x | x | x |
| Frente Amplio | x | x | x | x | |
| Perú Posible | | x | x | x | |
| Peruanos Por el Kambio | x | x | x | x | |
| Fuerza Popular | | x | x | x | |
| Alianza Para el Progreso | x | x | x | | |
| Todos Por el Perú | x | | x | | x |
| Alianza Popular | x | x | x | | |
| Solidaridad Nacional | x | x | x | | |
| Partido Nacionalista Peruano | | | x | x | x |
| Perú Nación | x | x | | x | |
| Democracia Directa | | x | | x | |
| Partido Humanista Peruano | | x | | x | |
| Partido Político Orden | | x | | x | |
| Perú Libertario | x | x | | | |
| Frente Esperanza | | x | | | |
| Progresando Perú | | | | | x |
| Siempre Unidos | x | | | | |

Fuente: ONPE (2016).

Tabla 8. Información financiera de las organizaciones políticas que participaron en las elecciones generales de 2016

| Organización política | Ingresos | Gastos | Balance |
|--|------------|------------|-----------|
| Acción Popular | 840 497 | 759 020 | 81 477 |
| Alianza Popular | 9 910 283 | 8 978 518 | 931 765 |
| Alianza Para el Progreso | 23 763 868 | 24 635 862 | -871 994 |
| Peruanos Por el Kambio | 22 108 669 | 21 226 265 | 882 404 |
| Fuerza Popular | 34 912 323 | 30 610 714 | 4 301 609 |
| Todos Por el Perú | 1 001 613 | 331 734 | 669 879 |
| Democracia Directa | 88 700 | 75 601 | 13 099 |
| Frente Amplio | 301 430 | 259 719 | 41 711 |
| Frente Esperanza | 9 000 | 0 | 9 000 |
| Partido Humanista Peruano | 0 | 78 900 | -78 900 |
| Partido Nacionalista Peruano | 2 562 687 | 55 1301 | 2 011 386 |
| Partido Orden | 685 407 | 679 891 | 5 516 |
| Perú Libertario | 5 000 | 2 500 | 2 500 |
| Perú Nación | 0 | 16 345 | -16 345 |
| Patria Segura | 169 501 | 330 237 | -160 736 |
| Perú Posible | 1 226 877 | 1 386 360 | -159 483 |
| Progresando Perú | 618 384 | 606 383 | 12 001 |
| Siempre Unidos | 8 402 | 8 402 | 0 |
| Alianza Solidaridad Nacional - Unión Por el Perú | 3 606 212 | 3 606 212 | 0 |

Fuente: Los montos fueron obtenidos de la información financiera presentada por las diversas agrupaciones a través del portal institucional de la ONPE (2016).

5. ¿ADÓNDE SE VA EL DINERO?: GASTOS EN CAMPAÑAS ELECTORALES

Las campañas electorales son el período en el que los partidos realizan los gastos más considerables. Los principales rubros son la publicidad en medios de comunicación y las actividades proselitistas, como veremos a continuación. Por ejemplo, en las elecciones de 2011, entre la franja electoral financiada por el Estado y la compra de espacios publicitarios en radio y televisión para fines proselitistas contratada de forma privada por las organizaciones políticas, el monto alcanzó los S/ 71 000 000 (Escuela de Gobierno y Políticas Públicas, 2016, p. 36).

Diversas iniciativas han surgido desde la sociedad civil con el fin de resolver el problema de la brecha entre gastos reportados y gastos reales. Por ejemplo, proyectos en Guatemala, Argentina, El Salvador y Chile han logrado abordar el tema de forma exitosa. La creación del Índice de Transparencia en Partidos Políticos, de Chile Transparente, presenta indicadores que muestran los ingresos y egresos de forma desagregada y proponen la separación entre gastos operativos regulares y de campaña. Del mismo modo, Poder Ciudadano, en Argentina, realizó un estudio de simulación de costos en las elecciones, en Buenos Aires, para estimar cuánto gastan las agrupaciones en paneles publicitarios de candidatos a la Presidencia y legisladores. Si bien estas dos iniciativas constituyen un gran paso hacia un monitoreo y reporte de los gastos en campaña claramente identificables como cuñas publicitarias, paneles y spots, aún falta analizar cuánto cuesta llevar a cabo actividades proselitistas.

Para ello, Proética —Capítulo Nacional de Transparencia Internacional— llevó a cabo, por primera vez en la región, dos acciones denominadas «Auditoría ciudadana de gastos de campaña» y «Hackeo al financiamiento político» que buscaban estimar los costos reales de tres tipos de actividades proselitistas en las elecciones generales de 2016. Dentro de la metodología del estudio en la que tuve el agrado de participar, se contempló la observación y registro de proveedores, parafernalia y espectáculos a través de una red de voluntarios y coordinadores regionales. Dicho proyecto se llevó a cabo en Áncash, Loreto, Puno, La Libertad y Ucayali, en las ciudades de Chimbote, Huaraz, Iquitos, Puno, Juliaca, Trujillo, Chepén, Aguaytía, Pucallpa y Yurimaguas. Las localidades seleccionadas se caracterizan por:

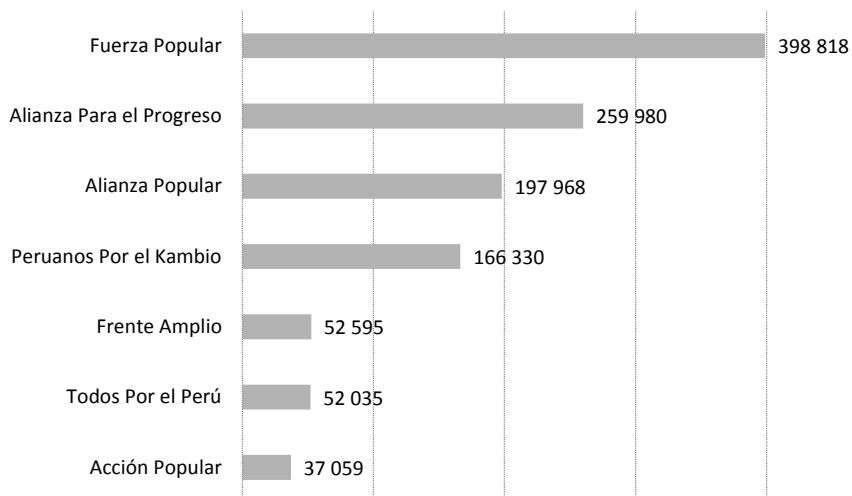
- 1) Encontrarse en áreas de influencia de dinero ilícito como minería o tala ilegal y narcotráfico.
- 2) Tener candidatos investigados o sentenciados por narcotráfico: La Libertad (9), Puno (8), Loreto (6), Ucayali (4), Áncash (1), de acuerdo al Ministerio del Interior y la Oficina de las Naciones Unidas contra las Drogas y el Delito.
- 3) Ser áreas de conflictividad social.
- 4) Contar con gran número de kits de revocatoria: hasta 201 en el caso de Áncash.

Las campañas en el Perú son cada vez más costosas. Pese a la aparición de actividades proselitistas como las «caravanas» y las «sentadas» que sirven para exponer los principales puntos de los planes de trabajo a grupos más pequeños, los mítines siguen siendo la actividad de campaña por excelencia, a pesar de sus elevados costos. La observación contempló el análisis de mítines, caravanas o pasacalles, y actividades recreativas o profundos, entre la quincena de enero hasta

el fin de campaña de la primera vuelta de las principales organizaciones políticas que pasaban la valla a inicios de 2016. Se observaron, entonces, a Alianza Popular, Peruanos Por el Kambio, Fuerza Popular, Alianza Para el Progreso y Todos Por el Perú. Dada la exclusión de los dos candidatos presidenciales (César Acuña, de Alianza Para el Progreso, y Julio Guzmán, de Todos Por el Perú), a partir de marzo se reemplazaron por Acción Popular y el Frente Amplio.

Un mitin puede costar en promedio entre S/ 33 000, en el caso de Fuerza Popular, y S/ 5000, en el caso de Todos Por el Perú. La diferencia entre el aparato organizacional y financiero de ambos grupos es más que evidente. El mitin más caro fue de Fuerza Popular, de S/ 426 620, durante el cierre de la primera vuelta, mientras que el menos costoso fue el de Frente Amplio, de S/ 37 800. Esta tendencia se mantuvo durante toda la campaña (ver gráfico 3).

Gráfico 3. Gasto total por organización política



Fuente: Proética (2016).

En total, se observa que Fuerza Popular fue la organización que más dinero gastó en las elecciones generales de 2016 (S/ 398 818), seguida de Alianza Para el Progreso (S/ 259 980), Alianza Popular (S/ 197 968), Peruanos Por el Kambio (S/ 166 330), Frente Amplio (S/ 52 595), Todos Por el Perú (S/ 52 035) y Acción Popular (S/ 37 059). Hay que tener en cuenta que Acción Popular y el Frente Amplio fueron incluidos en el proyecto hacia la mitad de la campaña y, por tanto, es posible que algunas actividades no hayan sido incluidas en el estudio. Por otro lado, pese a que fue dejado fuera de la carrera, el partido de César Acuña aún

mantiene el segundo puesto como la organización que más dinero gastó en la campaña de 2016 en las regiones observadas.

Los montos calculados en el estudio fueron recogidos mediante fichas de observación por equipos de voluntarios en el nivel nacional y se realizaron registros fotográficos y de video para complementar la información. En un primer paso, se estimaron el número de regalos o dádivas, porciones de comida y bebidas, transporte para trasladar a los simpatizantes, contratación de animadores, orquestas, bailarines, uso de toldos y techos, luces y sonidos, seguridad, parafernalia, fuegos artificiales, alquiler de locales, entre otros. Toda esta información fue calculada en fichas individuales por al menos dos voluntarios distintos. Asimismo, las cantidades siempre tendieron hacia la subestimación. Los coordinadores regionales se encargan de recoger precios de proveedores y artistas para calcular cuánto costaría organizar un evento de las mismas características.

Tomando en cuenta esta información y el número de participantes, se obtuvo además una ratio asistencia / costos por asistente. Alianza Para el Progreso tuvo la mejor ratio, con S/ 5.12; mientras que Peruanos Por el Kambio tuvo la peor ratio asistencia / costo, con S/ 23.72; seguido de Fuerza Popular, con S/ 17.27 (ver tabla 9).

Tabla 9. ¿Cuánto cuesta un asistente a una actividad proselitista?

| Organización política | Costo en soles |
|--------------------------|----------------|
| Peruanos Por el Kambio | 23.72 |
| Fuerza Popular | 17.27 |
| Alianza Popular | 11.64 |
| Acción Popular | 11.29 |
| Todos Por el Perú | 10.28 |
| Frente Amplio | 9.19 |
| Alianza Para el Progreso | 5.12 |

Fuente: Proética (2016).

Seguidamente se cruzó información entre lo que las organizaciones reportaron a la ONPE en el rubro de actividades proselitistas y las observaciones ciudadanas realizadas en el marco del proyecto, y se encontraron irregularidades (ver tabla 10).

Tabla 10. Comparación entre actividades reportadas y observadas

| Organización política | 1 al 31 de enero | | 1 al 29 de febrero | | 1 al 31 marzo | |
|--------------------------|------------------|------------|--------------------|------------|---------------|------------|
| | Reportados | Observados | Reportados | Observados | Reportados | Observados |
| Fuerza Popular | | | 0 | 2 | 1 | 0 |
| Peruanos Por el Kambio | | | 0 | 3 | 0 | 1 |
| Todos Por el Perú | 1 | 1 | 4 | 2 | 4 | |
| Alianza Para el Progreso | | | 6 | 5 | 25 | 3 |
| Alianza Popular | | | 0 | 4 | 0 | 2 |
| Frente Amplio | | | 0 | 0 | 0 | 5 |
| Acción Popular | | | 0 | 0 | 0 | 3 |

Fuente: Proética (2016) y ONPE (2016).

Adicionalmente, al estimar los montos correspondientes a cada organización política, encontramos desbalances considerables. Por ejemplo, la mitad de las agrupaciones políticas contaban con montos no declarados ante la ONPE que oscilaban entre S/ 15 000 (Democracia Directa) y S/ 3 000 000 (Alianza Solidaridad Nacional - Unión Por el Perú). Del mismo modo, estos desbalances representan entre el 4% (Alianza Popular) y 1690% (Frente Esperanza) del total de los ingresos reportados, de acuerdo a la información sistematizada por la Gerencia de Supervisión de Fondos Partidarios.

El dinero empleado en publicidad electoral es de S/ 63 465 335, que representan el 89% del total de gastos de los partidos en promedio. Como indica la tabla 11, existen agrupaciones cuyos gastos se destinaron casi exclusivamente a este rubro.

Tabla 11. Gastos en publicidad electoral en las elecciones generales de 2016

| Organización política | Gastos en publicidad | Gastos en televisión | Porcentaje del gasto total |
|--|----------------------|----------------------|----------------------------|
| Acción Popular | 533 764 | 368 085 | 70% |
| Alianza Popular | 7 263 934 | 4 265 431 | 81% |
| Alianza Para el Progreso | 1 4890 912 | 9 637 010 | 60% |
| Peruanos Por el Kambio | 1 7246 256 | 7 430 565 | 81% |
| Fuerza Popular | 17 560 874 | 7 479 505 | 57% |
| Todos Por el Perú | 4972 | 0 | 1% |
| Democracia Directa | 8463 | 0 | 11% |
| Frente Amplio | 68 695 | 19 706 | 26% |
| Frente Esperanza | 0 | 0 | 0% |
| Partido Humanista Peruano | 0 | 0 | 0% |
| Partido Nacionalista Peruano | 5112 | 200 | 1% |
| Partido Político Orden | 651 041 | 112 909 | 96% |
| Perú Libertario | 18 159 | | No declaró ingresos |
| Perú Nación | 16 345 | 4248 | 100% |
| Patria Segura | 317 720 | 0 | 96% |
| Perú Posible | 1 308 067 | 14 774 | 94% |
| Progresando Perú | 10 609 | 200 | 2% |
| Siempre Unidos | 0 | 0 | 0% |
| Alianza Solidaridad Nacional - Unión Por el Perú | 3 560 412 | 24 9308 | 99% |

Fuente: ONPE (2016).

El cálculo en gastos de publicidad es bastante preciso si se contrastan tarifas proporcionadas por los mismos medios de comunicación y el número de avisos por cada agrupación y alianza electoral. Por ejemplo, un spot publicitario de treinta segundos en horario estelar en Lima Metropolitana alcanza los S/ 11 000 en promedio.

Tomando en cuenta la información consolidada entre aportantes, gastos en campaña e información financiera proporcionada por los partidos y alianzas podemos concluir que el actual sistema no garantiza un mejor funcionamiento de la política. Las agrupaciones registran desbalances patrimoniales, fuentes prohibidas de financiamiento, candidaturas y afiliados con antecedentes penales y civiles, así como gastos no reportados de campaña. Es pues, necesaria, una reforma de raíz de la información sistematizada desde los organismos electorales y la sociedad.

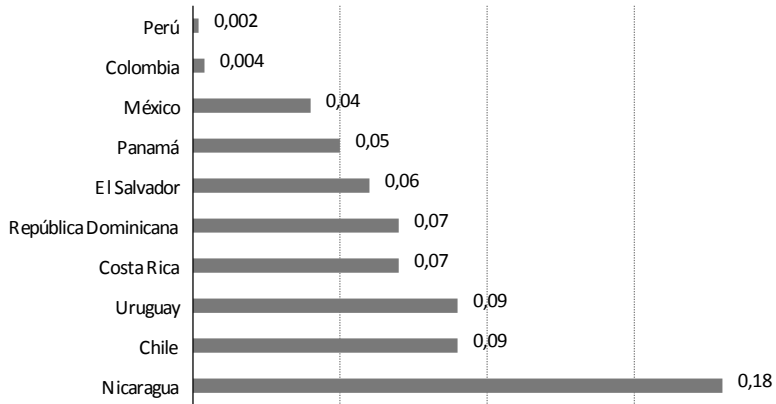
6. ¿EL FINANCIAMIENTO PÚBLICO ES ACASO LA RESPUESTA?

Sin duda existen problemas con el flujo de dinero en la política peruana. Información de los últimos comicios no hace más que resaltar la falta de probidad de miembros, aportantes y candidatos de los distintos partidos políticos en el Perú, como vimos en los apartados anteriores. Delitos contra el patrimonio y actividades criminales graves, así como fuentes de financiamiento con información incompleta no hacen más que reforzar la necesidad de una reforma en torno a la implementación, monitoreo y sanción a las agrupaciones que incumplan con la legislación electoral correspondiente. El financiamiento público directo que se desembolsará por primera vez en 2017 corresponde a una tendencia mundial en distintas partes del mundo. El 82% de países cuentan con financiamiento estatal para partidos y el 60% —que equivale a 130 países— tiene una modalidad de desembolso directo (ACE Project, 2017).

El gráfico 4 muestra una comparación en el ámbito latinoamericano. De todos los países que cuentan con financiamiento público directo, el Perú cuenta con el monto más bajo en relación a su Producto Bruto Interno (PBI). Por el contrario, países como Nicaragua, Chile y Uruguay disponen de casi 10% de sus PBI en este rubro (Escuela de Gobierno y Políticas Públicas, 2016, p. 68).

Del mismo modo, el Perú también tiene uno de los montos absolutos más bajos (US\$ 3 000 000), superando solamente a Honduras (US\$ 2 500 000) y Guatemala (US\$ 200 000 con 6 000 000 de votantes en promedio). Por el contrario, un país con casi 23 000 000 de ciudadanos habilitados para votar como el Perú es superado ampliamente por la República Dominicana, con US\$ 7 000 000, o Costa Rica, que tiene tan solo 2 000 000 de votantes, pero cuyos montos son ocho a diez veces más que el peruano. En el caso de México —el país con el financiamiento público más alto de Latinoamérica— llega a US\$ 382 500 000, luego de la implementación de la reforma electoral en 1996.

Gráfico 4. Porcentaje del subsidio electoral en América Latina en relación con el PBI



Fuente: Escuela de Gobierno y Políticas Públicas (2016) con información de OEA de 2011.

Los únicos países que no cuentan con financiamiento público son Bolivia y Ecuador. En estos casos, la falta de un esquema público no hace más que inclinar el terreno político en favor de los partidos de gobierno, que en ambos casos ya están en su tercer mandato consecutivo. En ambos países se registraron irregularidades relacionadas al uso de recursos y medios de comunicación públicos durante las elecciones (Speck & Fontana, 2011).

Procurar financiamiento público tiene como fin último nivelar las condiciones entre las agrupaciones políticas, que, en el caso peruano, difieren ampliamente en temas de presupuesto, alcance y maquinaria electoral. Esto contribuye a una mejor supervisión de sus finanzas, además de disminuir la fragmentación política de acuerdo a Weiner y Vandewalker (2015). Esto sigue la línea de lo expuesto por Bruhn (2016), es decir, que los sistemas de financiamiento público promueven el desarrollo organizacional y la supervivencia de partidos, lo cual permite una mayor predictibilidad de los actores políticos. Ello conduce a una mayor gobernabilidad democrática, puesto que los electores están más familiarizados con los partidos, y estos últimos se convierten en aparatos con alcance nacional. Este hecho sería particularmente importante en el caso peruano, ya que la primacía de los movimientos locales y regionales responde a la incapacidad de los partidos políticos para proporcionar recursos y reputación a los candidatos en las elecciones subnacionales (Zavaleta, 2014).

Por otro lado, el dinero estatal ayuda a reducir la influencia de dinero fantasma y canalización de grandes donantes privados. Esto evitaría hasta cierto punto un *quid pro quo* en el que los aportantes más grandes reciben algún tipo de beneficio una vez que el candidato asume el gobierno o una forma transparente de vincularse

con las organizaciones políticas. La lógica subyacente es asegurar que los candidatos de dichas agrupaciones, una vez elegidos, representen los intereses de todos los ciudadanos y no solo los de aquellos que financiaron sus campañas, que suelen ser grupos de poder —o en algunos casos, asociaciones criminales—. En muchos países los aportantes más grandes canalizan el dinero a través de *think tanks* o ‘centros de pensamiento’ que sirven para promover lineamientos e investigación basada en evidencia con el fin de orientar las políticas públicas. En países como el Reino Unido y Alemania estas organizaciones están claramente asociadas con distintos partidos del espectro ideológico. En países de la región, como Bolivia, Chile y Ecuador, sirven además para atraer fondos de la cooperación internacional y, en algunos casos, para formar cuadros políticos (Mendizabal & Sample, 2009). Claro que el uso eficiente del dinero por parte de los partidos y centros de investigación asociados a ellos se logrará con la implementación de mecanismos de transparencia y rendición de cuentas.

7. ¿CÓMO MEJORAR EL FINANCIAMIENTO DE LA POLÍTICA?:

ALGUNAS ESTRATEGIAS

La presencia de multas e irregularidades financieras en todos los partidos de alguna u otra forma supone un mayor control y sanción con el objetivo de generar incentivos para el cumplimiento de legislación electoral. En las elecciones de 2016 más de la mitad de las organizaciones políticas presentaron información incompleta sobre sus aportes: el 25% tiene un balance negativo y el 15% declararon que no les sobró ni un sol. Sin la puesta en práctica del financiamiento público, no hay forma de acciones punitivas directas. Como hemos visto en los apartados anteriores, las organizaciones siguen participando sin pagar sus deudas e incluso incurrir en nuevas. Por ello, es necesario:

- Precisar lo dispuesto por la legislación. Como sugieren Tuesta y Mendieta (2006), el monto total del financiamiento público directo debe ser calculado sobre la base de los votos válidos en lugar de los emitidos. En las últimas elecciones, esta diferencia corresponde a S/ 121 000.
- Proporcionar información integrada. Continuar con las alianzas previstas en la Coalición Interinstitucional implementada por la ONPE para contrastar la información proporcionada por los partidos y aportantes con los diferentes organismos gubernamentales, registros de contribuyentes e instituciones financieras, así como impulsar la Ventanilla Única de Antecedentes Electorales para detectar irregularidades.
- Controlar los gastos en publicidad. En países como Chile, México y Brasil se han impuesto límites a los gastos publicitarios en medios de comunicación

para reducir los gastos más considerables durante campaña. También se puede optar por pactos de integridad entre las diversas empresas con el fin de evitar excesivas cuñas publicitarias. De hecho, en el Perú esto sería más simple puesto que el 80% de medios pertenece al mismo conglomerado —Grupo El Comercio— y el 89% de los gastos se destinan a este rubro. Este tipo de medida restrictiva no ataca el problema de fondo que es la falta de transparencia al interior de los partidos, pero es eficaz para reducir la demanda de dinero durante elecciones.

- Revisar de los montos asignados al financiamiento público en 2017. Tomando en consideración la información recogida en relación a las infracciones en reportes financieros, multas impagas y órdenes de embargo por parte de los partidos, se debería suspender el desembolso de dinero público. Hasta el momento, el único partido sancionado ha sido el APRA. Durante la discusión del dictamen en 2015, un representante de dicha agrupación señaló que el financiamiento debería ser opcional y que su organización se autofinancia desde hace noventa años (Maldonado, 2015). Curiosamente, dicho partido tiene multas e infracciones que ascienden al 70% del monto destinado a su financiamiento (ver tabla 12). Este también sería el caso de Alianza Para el Progreso y Peruanos Por el Kambio, cuyas deudas corresponden al tercio de sus financiamientos, mientras que Fuerza Popular y Acción Popular a un 10% y 8%, respectivamente. La suspensión del pago hasta que los partidos cumplan sus obligaciones financieras u otro tipo de sanción deberían tomar lugar para que el financiamiento público realmente promueva mayor transparencia, y no solamente más dinero administrado de manera negligente.

Tabla 12. Agrupaciones políticas que recibirán financiamiento público en contraste con sus deudas en las elecciones generales 2011 y 2016

| Organizaciones políticas | Financiamiento público | Deudas | Porcentaje de deuda respecto del financiamiento público |
|--------------------------|------------------------|-----------|---|
| APRA | 8 500 000 | 5 934 500 | 70% |
| Alianza Para el Progreso | 9 400 000 | 2 932 000 | 31% |
| Peruanos Por el Kambio | 12 900 000 | 3 298 250 | 28% |
| Fuerza Popular | 22 500 000 | 2 176 750 | 10% |
| Acción Popular | 8 900 000 | 750 500 | 8% |

Fuente: ONPE y JNE.

BIBLIOGRAFÍA

- ACE Project (2017). *ACE Project*. http://aceproject.org/index-en?set_language=en. Fecha de consulta: 25 de enero de 2017.
- Bruhn, Kathleen (2016). Money for Nothing? Public Financing and Party-Building in Latin America. En Steven Levitsky, James Loxton, Brandon Van Dyck y Jorge I. Domínguez (eds.), *Challenges of Party-Building in Latin America* (pp. 217-243). Nueva York: Cambridge University Press.
- Bryan, Shari & Denise Baer (2005). *Money in politics: a study of party financing practices in 22 countries*. Washington DC: National Democratic Institute for International Affairs.
- Casas-Zamora, Kevin (2005). *Paying for Democracy: Political Finance and State Funding for Parties*. Colchester: ECPR Press.
- Escuela de Gobierno y Políticas Públicas (ed.) (2016). *Desorden electoral y financiamiento de la política: la urgencia de la reforma*. Lima: PUCP.
- Falguera, Elin, Samuel Jones & Magnus Ohman (2015). *El financiamiento de los partidos políticos y las campañas electorales: Manual sobre financiamiento político*. Estocolmo: IDEA Internacional.
- Gestión (s.f.). *SNMPE: La minería ilegal genera más de US\$ 1000 millones*. <http://gestion.pe/noticia/1324456/snmpe-mineria-ilegal-genera-mas-us-1000-millones>
- IDEA Internacional, Konrad Adenauer Stiftung e.V. & ONPE (2014). *Financiamiento de la política en el Perú*. Lima: ONPE.
- INEI (2014). *Encuesta Nacional de Hogares 2013*. Lima: INEI.
- Integración (2015). *Dinero oscuro en la política*. <http://files.gruporpp.info/integracion/267591136-Dinero-oscurο-en-la-politica.pdf>
- FAO (2011). *The State of Forests in the Amazon Basin, Congo Basin and Southeast Asia*. Roma: FAO.
- Joignant, Alfredo (2013). La democracia y el dinero: vicios privados, fallas públicas y evoluciones institucionales de los sistemas regulatorios de financiamiento político en 18 países latinoamericanos. *Política y Gobierno*, 20(1), 159-196.
- Katz, Richard S. & Peter Mair (1995). Changing Models of Party Organization and Party Democracy. The Emergence of the Cartel Party. *Party Politics*, 1(1), 5-28.
- Maldonado, Rocío (2015). *Se aprobó financiamiento público y privado para las organizaciones políticas*. <http://larepublica.pe/impres/politica/716238-se-aprobo-financiamiento-publico-y-privado-para-las-organizaciones-politicas>. Fecha de consulta: 6 de noviembre de 2016.

- Mendizabal, Enrique & Kristen Sample (2009). *Thinking Politics: Think Tanks and Political Parties in Latin America*. Lima: IDEA Internacional-Overseas Development Institute.
- Nassmacher, Karl-Heinz (2000). Comparing Party and Campaign Finance in Western Democracies. En Arthur B. Gunlicks (ed.), *Campaign and Party Finance in North America and Western Europe* (pp. 233-267). San José: Excel Press.
- Norris, Pippa (2004). *The Evolution of Election Campaigns: Eroding Political Engagement? Political Communications in the 21st Century*. Conferencia sobre Comunicación Política en el Siglo XXI en el St. Margaret's College, Universidad de Otago.
- ONPE (2014). *Elecciones regionales y municipales 2014*. Lima: ONPE.
- ONPE (2016a). *Reporte electoral 93*. Lima: ONPE.
- ONPE (2016b). *Supervisión del financiamiento de las organizaciones políticas / Elecciones generales 2016*. <https://www.onpe.gob.pe/servicios/financiamiento-organizaciones-politicas/EEGG2016/>. Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2016.
- Pereira Gonçalves, Marilyne, Melissa Panjer, Theodore Greenberg & William Magrath (2012). *Justice for Forests: Improving Criminal Justice Efforts to Combat Illegal Logging*. Washington DC: Banco Mundial.
- Proética (2016). *Los reflectores sobre el financiamiento político. Auditoría ciudadana de los gastos de campaña*. Lima: Proética.
- RPP-Radioprogramas del Perú (2016). *Así está el Perú 2016: Cifras alarmantes por el lavado de activos*. <http://rpp.pe/politica/elecciones/asi-esta-el-peru-2016-cifras-alarmanantes-por-el-lavado-de-activos-noticia-942243>
- Scarrow, Susan E. (2007). Political Finance in Comparative Perspective. *Annual Review of Political Science*, 10, 193-210.
- Schotland, Roy (2004). *Analyzing the Bipartisan Campaign Reform Act for 2002*. Washington DC: Georgetown University Law Center.
- Speck, Bruno & Alessandra Fontana (2011). *Milking the System: Fighting the Abuse of Public Resources for Re-Election*. Bergen: U4 Anti-Corruption Resource Centre.
- Tong, Federico (2016). Narcotráfico y política en el Perú. En Escuela de Gobierno y Políticas Públicas (ed.), *Desorden electoral y financiamiento de la política: la urgencia de la reforma* (pp. 77-99). Lima: PUCP.
- Transparencia Internacional (2013). *Barómetro Global de la Corrupción - Perú*. <http://www.transparency.org/gcb2013/country/?country=peru>. Fecha de consulta: 10 de noviembre de 2016.

- Tuesta Soldevilla, Fernando & Tatiana Mendieta Barrera (2006). Hecha la ley, ¿hecha la trampa?: una evaluación del financiamiento de los partidos políticos. *Derecho PUCP*, 59, 59-91.
- Van Biezen, Ingrid (2003). *Financing Political Parties and Elections Campaigns - Guidelines*. Estrasburgo: Council of Europe Publishing.
- Vandewalker, Ian & Daniel I. Wiener (2015). *Stronger Parties, Stronger Democracy: Rethinking Reform*. Nueva York: Brennan Center for Justice at New York University School of Law.
- Zavaleta, Mauricio (2016). Partidos sí, movimientos no: una reflexión sobre el alcance del financiamiento público directo. En Escuela de Gobierno y Políticas Públicas (ed.), *Desorden electoral y financiamiento de la política: la urgencia de la reforma*. Lima: PUCP.

LAS LÓGICAS DE LAS PLANCHAS PRESIDENCIALES

Henry Ayala Abril

Primeras semanas del año. La campaña calentaba junto al clima en Lima y por las calles aledañas del Jurado Electoral Especial de Lima Centro concurría un desfile de candidaturas con exlíderes de izquierda secundando a nuevas derechas, viejos enemigos en una sola lista electoral o grandes sancochados re combinados con nuevos ingredientes: en 2016 fuimos testigos de las debilidades de nuestro sistema político a través de la variopinta conformación de las planchas presidenciales. Así, más que pequeñas listas escogidas por sus capacidades para gobernar de manera conjunta, estos equipos fueron ensamblados para ganar la elección a través de acuerdos políticos, partidarios o de construcción de imagen, los cuales suman o restan en la campaña según la estrategia de cada una.

En esta comparsa de portátiles y candidatos fueron inscritas diecinueve planchas presidenciales, pero al final solo diez de ellas quedaron en competencia de cara al sillón presidencial. ¿Hay patrones detrás de la conformación de dichas listas? ¿Cómo se decide la configuración de las vicepresidencias dentro de cada una? ¿Cuánto importa el partido y cuánto del partido se configura dentro de las planchas presidenciales?

Para resolver estas preguntas enfocamos la mirada en los vicepresidentes: esas candidaturas minimizadas por los medios y a veces debilitadas por el entorno de los candidatos principales. A través del proceso de configuración de las planchas presidenciales, el perfil y trayectoria de sus candidatos a la vicepresidencia, se indagará en los factores constituyentes dentro de las diez listas que postularon a las elecciones —priorizando a las cinco con mayor votación. De este modo, esperamos brindar algunas luces en torno a la adaptación de los políticos a los nuevos contextos electorales y al rol de los partidos dentro de dicha transformación.

Este artículo consta de cinco partes: en la primera se hace un breve repaso por la naturaleza de la Vicepresidencia en el Perú y se señalan algunos factores

que la academia ha trabajado en torno a la elección de las planchas presidenciales en la región. En la segunda parte se ve en detalle la gesta de las vicepresidencias en las diferentes organizaciones políticas y su rol en campaña, mientras que en la tercera parte se especifica el perfil de los candidatos a la Vicepresidencia. Con esta información se esboza una clasificación de la lógica detrás de las planchas presidenciales en la cuarta parte del artículo, con lo cual se plantean algunas conclusiones dentro de la quinta y última parte.

1. MARCO ANALÍTICO:

LA VICEPRESIDENCIA EN PERSPECTIVA COMPARADA

El régimen presidencialista del Perú y de la mayoría de países de América Latina centra el poder en el presidente, el cual encabeza el Poder Ejecutivo y es elegido por voto popular. Junto a dicho cargo, desde la Constitución de 1860, se han escogido dos vicepresidentes de la nación sobre la base de una fórmula presidencial propuesta por cada organización política¹.

Si bien se especifican los requerimientos para postular a dicho cargo, la única función que posee el vicepresidente es la de sustituir al presidente ante su renuncia o vacancia (Velarde, 2009); por tanto, no existen criterios claros para discernir qué capacidades necesita un vicepresidente de la república. Al adecuar el modelo americano a las constituciones de los países de la región, la falta de funciones reales de este cargo provocó que su utilidad fuera entendida desde el punto de vista electoral más que como parte del equipo de gobierno (Baumgartner & Evans, 2009; Serrafiero, 2013).

En comparación con América Latina, el Perú es uno de los pocos países donde la Vicepresidencia no integra el Poder Ejecutivo aunque los vicepresidentes puedan tener un cargo en el gabinete de ministros (Serrafiero, 2013), y donde la vacancia del cargo no está reglamentada. Incluso, la existencia de dos vicepresidentes solo existe en otros dos países de la región: Costa Rica y Panamá (Mieres & Pampín, 2015).

De este modo, el valor de los vicepresidentes no radica en sus funciones reales si no en la probabilidad de que puedan ser ellos los llamados a reemplazar al presidente ante ausencia o vacancia del cargo. Por eso es que la frase «No soy nada, pero puedo ser todo», de John Adams revela la ambivalencia de dichos cargos dentro del Ejecutivo (Mieres & Pampín, 2015). Además, aun considerando los casos de interrupción presidencial presenciados en América Latina en los que las vicepresidencias jugaron un rol importante, como en Brasil (1992) o

¹ La existencia de dos vicepresidentes ha sido intermitente en las diferentes constituciones. La Constitución de 1933 fue la última en suprimir dichos cargos y se restituyeron en 1939 (Velarde, 2009).

Paraguay (2012) dentro de la región no se ha valorado a los candidatos a este puesto por sus condiciones para ejercer el cargo máximo de un Estado (2015, p. 121). Incluso, considerando las agendas y escándalos sobre exvicepresidentes como David Waisman, Raúl Diez Canseco, Luis Giampietri u Omar Chehade durante sus cargos, el puesto puede llegar a «hacer peligrar, tambalear y derribar la estabilidad política del Perú» (Velarde, 2009, p. 10).

Esta falta de relevancia no solo se percibe en la opinión pública sino también en la academia: son muy pocos los trabajos que investigan el papel de los vicepresidentes en campaña o dentro del Poder Ejecutivo (Bonvecchi & Scartascini, 2014). El caso norteamericano es el que más se ha trabajado bajo esta óptica, en el que los vicepresidentes giran en torno al candidato y son estudiados a partir de la complementariedad o de su nivel de influencia en el voto de los electores a favor de su *running mate* (Court & Lynch, 2015). Sobre la base de los estudios electorales norteamericanos, algunos estudios indagan en la conformación de las planchas presidenciales en América Latina y el Perú.

1.1. La elección de vicepresidentes

Durante mucho tiempo el principal consejo dentro de las nominaciones de los Partidos Republicano y Demócrata en Estados Unidos fue que la fórmula debía tener un balance entre el candidato a la Presidencia y el candidato a la Vicepresidencia. Más allá de la sinergia en el trabajo de equipo, un *balanced ticket* ayudaba a apelar a distintos segmentos de la población según ideología, región o edad y así obtener más votos que su rival. Por ello, Sigelman y Wahlbeck elaboran un modelo para determinar las razones por las cuales se escogen a los vicepresidentes en cada partido norteamericano. Los autores no se fijan solamente en las características de los potenciales nominados sino también en cómo se relacionan con el candidato a la Presidencia desde su estado o diferencia etaria (1997, p. 856). En el modelo encuentran que los nominados a la Vicepresidencia tienden a ser de un estado influyente en la votación, rivales de nominaciones pasadas a la Presidencia o de edad diferente al candidato presidencial en diez años a más.

Un caso particularmente estudiado es Sarah Palin como nominada a la Vicepresidencia del Partido Republicano en 2008. Al respecto, Court y Lynch examinaron cómo la ideología y las actitudes en torno a Palin afectaban el voto. Así, concluyeron que la elección había ayudado a que el electorado conservador se decidiera a votar por los republicanos en vez de no acudir a votar: una manera de obtener el apoyo de un segmento de la población sería entonces incluir a un vicepresidente con el que se pudieran identificar (2015, p. 902). No obstante, bajo

la centralización mediática en el candidato a la Presidencia, algunos estudios de opinión pública discuten que una imagen positiva de un vicepresidente puede ser significativa para su votación (Yeip, 2016).

En relación con América Latina, Mieres y Pampín (2015) utilizaron algunas de las variables usadas en Estados Unidos para analizar la selección de los vicepresidentes escogidos en América, de 1985 a 2012, y encontraron que de 110 vicepresidentes 79 tuvieron alguna actividad político-partidaria, característica que más comparten los encargados de dicho puesto. Asimismo, hallaron que las variables sociodemográficas como género, edad o clivajes regionales no son muy influyentes para mantener el balance dentro de la fórmula presidencial.

Pero el principal hallazgo de estos autores es la importancia de la búsqueda del equilibrio político y la ampliación del respaldo político del presidente. El primero implica un balance ideológico en algunos países como Argentina o Uruguay, donde los partidos políticos llevan fórmulas que no están limitadas a solo una corriente ideológica de los mismos; mientras que el segundo criterio busca incrementar la votación a través de figuras externas al partido, como en el caso de Álvaro García Linera en Bolivia. A pesar de restringir su muestra a vicepresidentes que ejercieron y no tomar en cuenta a los postulantes, Mieres y Pampín establecen un marco que puede ser adecuado a las realidades de cada país.

En el caso peruano, las planchas presidenciales expresaban las corrientes de los principales líderes al interior de los partidos. En la década de 1980, los postulantes a la Presidencia representaban al partido y a sus ideas, y eran los partidos políticos quienes armaban sus planchas presidenciales de modo que representasen la correlación de fuerzas dentro de cada organización (JNE, 2013). Al restringirse dentro de los partidos, el candidato a presidente escogía a sus compañeros de fórmula a partir de su cercanía con él o ella y a sus capacidades de estadista. No obstante, con el paulatino quiebre del sistema de partidos, las listas presidenciales se han convertido tanto en un aval de alianzas políticas como en un escaparate para convocar personalidades que puedan arrastrar votos hacia el candidato presidencial.

En este contexto, Zavaleta (2016) ensaya la existencia de una lógica económica detrás de la selección de vicepresidentes, en la que se produce un mercado electoral entre los partidos que demandan un puesto dentro de la plancha presidencial y los políticos que ofrecen aparato político o una mejor imagen mediática para ocuparlas. Este principio se ha ido institucionalizando a lo largo de las últimas elecciones y ha encontrado su máxima expresión en la Alianza Por el Gran Cambio, la cual en 2011 albergó a diferentes personalidades y grupos políticos bajo la candidatura de Pedro Pablo Kuczynski. La supervivencia de los políticos, entonces, dependerá de su adaptación y no necesariamente de la estabilidad o desarrollo de una militancia

dentro de una sola organización política. Un ejemplo de ello es el caso de Máximo San Román, quien ha postulado en diferentes períodos y con diferentes listas a la Vicepresidencia de la República (Requena, 2011).

De este modo, pareciera que el criterio electoralista ha sido el que ha primado en el Perú para explicar la conformación de las planchas presidenciales. Atrás habrían quedado las nominaciones internas de los partidos políticos de la década de 1980 para elegir una lista representativa de la organización. Para probar esta hipótesis, este artículo combinará el criterio de costo-beneficio en las planchas presidenciales con las otras variables aplicadas dentro de la literatura para otros casos.

2. LAS PLANCHAS PRESIDENCIALES EN 2016

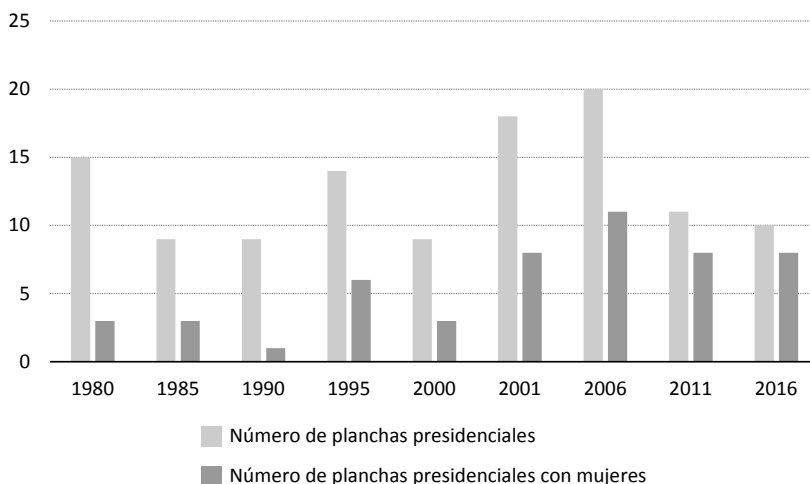
¿Qué novedades se encuentran en el manejo de las planchas presidenciales en 2016? Si observamos el número de planchas en perspectiva, se aprecia que hay una cantidad parecida de candidaturas con respecto al proceso electoral de 2011. La diferencia radica en la presencia de más candidatas mujeres dentro de las listas: mientras que en 1980 solo había tres listas que llevaban candidatas mujeres, en las elecciones de 2016 solo son dos las que no poseen un cupo femenino en la plancha presidencial².

Otra variación ha sido la apuesta de los organismos electorales y la sociedad civil por impulsar la presencia de los vicepresidentes dentro de la campaña electoral de 2016. Por ejemplo, RPP, en colaboración con IDEA Internacional, organizó el Primer Debate de Vicepresidentes en la historia peruana el 31 de marzo de 2016, en el cual participaron los postulantes a la Primera Vicepresidencia de Fuerza Popular, Peruanos Por el Kambio, Frente Amplio, Alianza Popular y Acción Popular. Asimismo, el Consejo de la Prensa Peruana invitó a algunos vicepresidentes a firmar los Principios de Lima a favor de la libertad de expresión el mismo día, lo que les otorgó mayor visibilidad a dichos candidatos.

Por otro lado, la proliferación de los medios digitales dentro de la sociedad peruana hizo posible que los candidatos a la Vicepresidencia puedan aparecer más dentro de las campañas digitales de cada partido. Por ejemplo, la presencia de Vizcarra y Aráoz en la campaña digital de Kuczynski fue mucho más visible en comparación a los candidatos a vicepresidentes del mismo candidato en 2011.

² Solo las listas lideradas por Gregorio Santos y Alfredo Barnechea están conformadas en su totalidad por hombres.

Gráfico 1. Planchas presidenciales en el tiempo (1980-2016)



Fuente: Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE).

No obstante, el manejo de los vicepresidentes a lo largo de la campaña depende mucho de su rol en la plancha presidencial y del perfil que cumplan para el partido político. A continuación, nos avocaremos a la descripción de las candidaturas, con mayor énfasis en las cinco más votadas, para especificar la conformación de dichas fórmulas.

2.1. Fuerza Popular

Fuerza Popular llegaba a 2016 con una serie de pugnas internas entre el fujimorismo clásico y la renovación que planteaba Keiko Fujimori con un nuevo sector del partido más técnico, más alejado del pasado autoritario de su padre y con miras hacia el centro moderado (Sosa, 2016). Si bien la confrontación era más notoria dentro de la elección de candidatos al Congreso, la elección de los que acompañarían a la candidata en la plancha presidencial debía demostrar esa apuesta por alejarse del pasado del partido y apuntar hacia un lado más técnico.

Un esfuerzo por lograr este viraje fue la designación de José Chlimper Ackerman para la Primera Vicepresidencia. Chlimper, un exitoso empresario agroexportador, ya era conocido dentro del fujimorismo desde los años de Alberto Fujimori, pues había sido regidor de la Municipalidad Metropolitana de Lima por Cambio 90-Nueva Mayoría en 1995. Posteriormente, formó parte del último gabinete de Alberto Fujimori en 2000, en el cual fue ministro de Agricultura hasta la renuncia del presidente por fax. De este período en el Ejecutivo se le recuerda

por la polémica Ley de Promoción del Sector Agrario, que reducía los derechos laborales de los trabajadores del rubro y beneficiaba a las empresas agroexportadoras.

Además de sus vínculos previos al fujimorismo, Chlimper hizo una carrera empresarial exitosa como presidente del Directorio de Sociedad Agrícola Drokasa S.A. desde 1996; así como miembro del Directorio de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú-COMEX, de 2012 a 2014; y de Graña y Montero, hasta su designación en la plancha presidencial. Asimismo, ha sido director del Banco Central de la Reserva, de 2006 a 2010, lo que en suma lo convierte en un técnico reconocido.

Dichas habilidades y lazos influenciaron para que Chlimper fuera designado secretario de Relaciones Internacionales de Fuerza Popular, en abril de 2014, junto con Ana Vega y el sector keikista del partido, y subsecretario general, en octubre de 2015 —ad portas de integrar la plancha presidencial— según INFOgob. Con un perfil empresarial, relaciones con el fujimorismo de larga data y apoyo logístico a disposición, Chlimper se posicionó como una pieza técnica crucial para legitimar el rol del nuevo fujimorismo hacia el empresariado sin romper con el fujimorismo clásico.

La apuesta arriesgada dentro del círculo interno de Keiko Fujimori fue la designación de Vladimiro Huaroc para la Segunda Vicepresidencia. Un político formado dentro de las canteras de la izquierda progresista, Huaroc no es ajeno a las planchas presidenciales. En 2001 postuló como primer vicepresidente de la mano de Somos Perú y Jorge Santisteban; mientras que en 2011 lo hizo con Manuel Rodríguez Cuadros, ambos casos sin mucho éxito electoral.

Natural de Junín, Huaroc logró formar una red política dentro de su región con sus postulaciones a la presidencia regional tanto en 2002 como en 2006, año en el cual consiguió el sillón regional con su movimiento CONREDES. Este movimiento es uno de los grupos fundadores del Partido Descendralista Fuerza Social, vehículo electoral con el cual Susana Villarán ganó la alcaldía de Lima en 2010. Hasta abril de 2011, Huaroc se desempeñaba como presidente de dicha agrupación política. Luego de ello, pasó a trabajar para el gobierno de Ollanta Humala en 2011 a cargo de la Oficina Nacional de Diálogo y Sostenibilidad hasta su renuncia en 2014.

La existencia de un capital político previamente formado en Junín, sus credenciales de ser un político formado en la centro izquierda y su experiencia en conflictividad social podían ser de ayuda para revelar el viraje del fujimorismo hacia una mirada más popular o de centro entre el electorado. Dado que Huaroc también fue designado cabeza de lista congresal en Junín, se puede entrever que la apuesta era total con el político en mención.

2.1.1. Desempeño en campaña

Durante la campaña, la principal protagonista fue, naturalmente, la candidata, por lo que el rol mediático de los vicepresidentes pasó a ser accesorio, a diferencia de otros partidos políticos. Chlimper hizo de experto técnico en el sector que se le acomodaba mientras Huaroc se dedicó a hacer campaña en la sierra central del país. Aun así, los vicepresidentes estuvieron en el foco de los medios debido a sendas denuncias periodísticas a lo largo de la campaña electoral.

Dentro del escándalo que envolvía al principal financista del partido, Joaquín Ramírez, investigado por lavado de dinero por la DEA en mayo de 2016, Chlimper fue quien entregó audios a directivos de Panamericana Televisión que supuestamente desvirtuaban la denuncia realizada a Ramírez. Al probarse que los audios habían sido adulterados y que fue Chlimper quien los había entregado, el empresario tuvo que hacerse a un costado en la campaña y reaparecer esporádicamente en los últimos tramos. Pese a ello, el partido lo designó secretario interino luego de la renuncia de Ramírez, lo cual dejó entrever la confianza que posee dentro del círculo interno del nuevo fujimorismo.

Caso contrario fue el de Vladimiro Huaroc, quien fue denunciado por entregar dádivas en actividades proselitistas en Junín. Como ya se mencionó en el artículo introductorio, las reformas electorales para el proceso de 2016 castigaban el clientelismo con el retiro de la candidatura. De este modo, Huaroc fue removido de la lista presidencial y congresal en marzo de 2016 y se mantuvo al margen de la campaña, salvo algunas declaraciones a la prensa como vocero de Fuerza Popular.

2.2. Peruanos Por el Kambio

Peruanos Por el Kambio, vehículo electoral del electo presidente Kuczynski, buscó reforzar su imagen tecnocrática en la elección de sus vicepresidentes. Dada la avanzada edad de su candidato en comparación con otros políticos dentro de la contienda presidencial, el equipo de campaña buscó convocar personas con perfiles técnicos pero que a la vez aportaran vitalidad y manejo político a la conducción de la campaña.

Martín Vizcarra representaba ambos perfiles. Ingeniero civil de la Universidad Nacional de Ingeniería, Vizcarra fue presidente regional de Moquegua de 2011 a 2014, quizá una de las regiones que ha avanzado más en el campo de la educación. Durante su período, la región se ubicó en el primer lugar de la Evaluación Censal de Estudiantes que el Ministerio de Educación realiza cada año. Parte de su éxito se centró, además, en la relación con los proyectos mineros y un buen manejo del canon, lo cual le permitió invertir en infraestructura pública para Moquegua.

Sus denotados logros en la región y su experiencia política subnacional bastaron para que el partido de Kuczynski lo nominara a la Primera Vicepresidencia.

Una decisión más polémica fue la de Mercedes Aráoz para la Segunda Vicepresidencia, cuyos pasivos de su paso por el gobierno eran una pastilla difícil de tragar para un sector de Peruanos Por el Cambio. Aráoz es una destacada economista de la Universidad del Pacífico que fue pieza clave del gobierno de Alan García (2006-2011). En el ejecutivo, fue ministra de Comercio Exterior y Turismo, ministra de la Producción y ministra de Economía y Finanzas; lo cual demuestra la cercanía que tenía con el APRA y con su líder.

Fue durante su gestión en Mincetur que ocurrió el Baguazo, en junio de 2009, y se le acusó de tener parte de responsabilidad en la muerte de veintitrés policías y diez civiles, pues la exministra emitió los decretos que recortaban derechos a las comunidades sobre las tierras en disputa y que, a su vez, provocaron el enfrentamiento. Si bien no se ha determinado su culpabilidad legal, los deudos de las víctimas aún la señalan como culpable de homicidio culposo y negligencia (El Comercio, 2016). Además, dada la cercanía con el APRA, Aráoz fue invitada por este partido para postular a la Presidencia en las elecciones de 2011, pero renunció a pocas semanas de haber aceptado debido a disputas al interior de la campaña aprista y a su bajo porcentaje en las encuestas.

Para Valle-Riestra, la constitución de la plancha presidencial ha sido influenciada por las lecciones aprendidas en el entorno de Kuczynski en 2011, ambiente en el cual había cierta imagen negativa sobre sus aliados. En vez de apostar por personajes con capital político propio y aparato, como lo hizo junto a Acuña o el Partido Popular Cristiano en la Alianza Por el Gran Cambio, Kuczynski descansó su candidatura en sus propias redes, las cuales incrementó con técnicos solitarios y no con colectivos (2016, p. 99).

2.2.1. Desempeño en campaña

Vizcarra y Aráoz jugaron un rol clave en la campaña electoral: el primero escogido jefe de campaña en febrero de 2016 y la segunda, cabeza de lista al Congreso por Lima. Kuczynski mencionó en la presentación de la plancha presidencial que tendría «dos vicepresidentes de verdad vicepresidentes, no pintados en la pared de Palacio de vez en cuando, sino [que] van a estar trabajando todo el tiempo» (RPP, 2016). Ambos participaron en el debate técnico del 15 de mayo en Cusco y en la mayoría de mítines del candidato a lo largo del país. Incluso en la página de Facebook del candidato se resaltó mucho la sinergia entre la plancha presidencial, en la cual, en comparación con las otras campañas en las cuales los vicepresidentes

eran inexistentes, se compartía regularmente contenido sobre sus discursos o su presencia en medios.

El papel de Vizcarra es particularmente importante, pues ingresó a la jefatura de la campaña en un contexto en el que Kuczynski había bajado en la intención de voto. Su nueva estrategia conllevó a pugnas internas dentro del partido político, pues Vizcarra era un invitado que había desplazado a otras figuras como Gilbert Violeta o Salvador Heresi, miembros fundadores de Peruanos Por el Kambio. No obstante, el nuevo camino de la campaña prosperó y confirmó el poder de Vizcarra en el grupo.

Con Aráoz dentro del Congreso de la República y Vizcarra a la cabeza del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, la plancha presidencial de Peruanos Por el Kambio es una de las más políticas que ha gobernado el país, lo que confirmaba el rol que tenían ambos vicepresidentes en el círculo interno del candidato.

2.3. Acción Popular

Siendo la primera vez desde 2001 que Acción Popular postulaba a las elecciones presidenciales con candidato propio, existía mucha expectativa dentro del partido sobre quién podría erigirse como un candidato atractivo para la militancia, pero con el liderazgo y las capacidades para poder ganar una elección nacional. El partido de la lampa celebró sus elecciones internas el 20 de diciembre de 2015, en las cuales dos de las cuatro listas postulantes capturaron la mayoría de votos: la lista de Alfredo Barnechea, conformada por Víctor Andrés García Belaunde y Edmundo del Águila Morote, y la lista de Mesías Guevara, con Carlos Jaico y Federico Casas.

La pugna entre ambas listas era notoria, pues representaban dos facciones diferentes del partido: una facción reformadora más centrada en Lima, del congresista García Belaunde y Edmundo del Águila y una facción conservadora, del presidente del partido Mesías Guevara, más ligado al contexto regional. En este contexto, luego de intentar postular a la Presidencia por el APRA, en 2011, Alfredo Barnechea se inscribió en Acción Popular en 2013 para intentarlo nuevamente. Dada su falta de experiencia partidaria y de aparato político, Barnechea promovió una alianza con la facción de García Belaunde, con lo que capitalizó, según fuentes del partido, el sentimiento en contra del presidente Guevara.

El primer vicepresidente de la lista de Barnechea, Víctor Andrés García Belaunde es actualmente la cara visible del partido ante los medios y ante la clase política. Sobrino del expresidente Fernando Belaunde, ha sido congresista de la República desde 2006 y, por ende, uno de los parlamentarios de mayor experiencia

en la actualidad. Adicionalmente, posee un liderazgo al interior del partido pues fue su presidente de 2004 a 2009.

Menos conocido era el segundo vicepresidente de la lista, Edmundo del Águila Morote, quien también poseía una vasta experiencia política dentro de los mejores años de Acción Popular. Del Águila ha sido secretario general (1987-1990), vicepresidente (2011-2015) y diputado por Acción Popular dentro del Fredemo (1990-1992); por lo cual ostentaba un aparato dentro del partido que fue clave para obtener los votos necesarios en las elecciones internas.

Así, con una lista armada con miras a las elecciones internas, la experiencia de los dos vicepresidentes y los votos de la facción reformista sirvieron para legitimar la postulación de Barnechea ante los correligionarios acciopopulistas y ganarle la elección a la facción de Guevara.

2.3.1. Desempeño en campaña

Con la victoria de Barnechea sobre la lista de Mesías Guevara —52,1% contra 41,5% (El Comercio, 2015)—, Acción Popular se preparó para entrar en una campaña dominada por candidatos que ya habían participado en comicios electores, como Keiko Fujimori o Pedro Pablo Kuczynski. Sin embargo, las capacidades mediáticas de Barnechea, un discurso atractivo para las clases medias y la súbita tacha contra Julio Guzmán incrementaron las chances de Acción Popular por retornar al gobierno tras quince años.

García Belaunde fue designado vocero de la campaña: recorrió el Perú junto al candidato, iba a programas de televisión a dar entrevistas y también acompañaba a Barnechea en los mítines de campaña. Su mediaticidad y su larga experiencia como militante acciopopulista influían en que el congresista sea una bisagra entre el simbolismo de un partido de más de sesenta años y el academicismo de élite de Barnechea.

Del Águila, por su parte, fue jefe de Campaña Nacional al inicio, aunque luego pasó a tener un papel menor cuando Alejandro Montoya lo reemplazó en la conducción de la campaña. Aparte de ello, no tuvo mayor participación, salvo la de dar un soporte partidario a la plancha presidencial dentro de las pugnas internas.

2.4. Alianza Popular

Luego de varios acercamientos y elogios entre el expresidente Alan García y su eterna rival Lourdes Flores Nano, la alianza electoral conformada entre los dos partidos más antiguos e institucionalizados del Perú fue presentada el 22 de diciembre de 2015 y se convirtió en una de las alianzas más polémicas de la contienda electoral. La llamada Alianza Popular consistió en el APRA y el

Partido Popular Cristiano con el partido Vamos Perú, de Juan Sotomayor, y el movimiento regional Fuerza Loretana, de Yván Vásquez. De esta manera, dichos partidos apostaban hacia una candidatura que les permitiera pasar el umbral de representación y, con ello, conseguir representación en el Congreso y sobrevivir a la elección.

¿Por qué dos enemigos políticos formarían una alianza? Puémape (2016) ensaya una respuesta argumentando que García necesitaba de un garante que combatiera la imagen de deshonestidad y falta de transparencia de su partido, mientras que Flores Nano—maniatada dentro de la correlación de fuerzas dentro del Partido Popular Cristiano—buscaba visibilidad política para ella y su sector de reformistas con miras al año 2021. Siendo García uno de los candidatos que figuraban ya en las encuestas presidenciales a fines de 2015, Flores Nano y el Partido Popular Cristiano aceptaron la alianza apostando por el institucionalismo partidario con Flores Nano en la Primera Vicepresidencia.

Con una amplia experiencia dentro de la labor parlamentaria, Flores Nano fue candidata a la Presidencia dos veces (2001 y 2006) por el Partido Popular Cristiano y candidata a la Alcaldía de Lima en 2010, elecciones en las cuales obtuvo una buena proporción de los votos a pesar no ser electa en ninguno de los casos. Asimismo, Flores Nano ha sido presidenta del Partido Popular Cristiano durante siete años (2003-2011) y una fuerza conciliadora entre las facciones interpuestas dentro de la estructura partidaria.

Para ambas partes, la apuesta era activar las maquinarias partidarias dentro de una campaña electoral mostrando la buena imagen y experiencia de Flores Nano a manera de «garante» de la candidatura de García, el cual cargaba con muchos anticuerpos y una campaña que parecía no levantar vuelo. Incluso, en diciembre de 2015, una encuesta de Ipsos Perú, de diciembre de 2015, reveló que solo el 6% le hubiera recomendado al Partido Popular Cristiano aliarse con el APRA, pues veían mejor que se presente solo una lista para las elecciones parlamentarias (19%). A pesar de ello, la decisión de conformar la plancha presidencial seguía simbolizando el acuerdo entre dos partidos institucionalizados que habían sido rivales en la mayoría de su historia política.

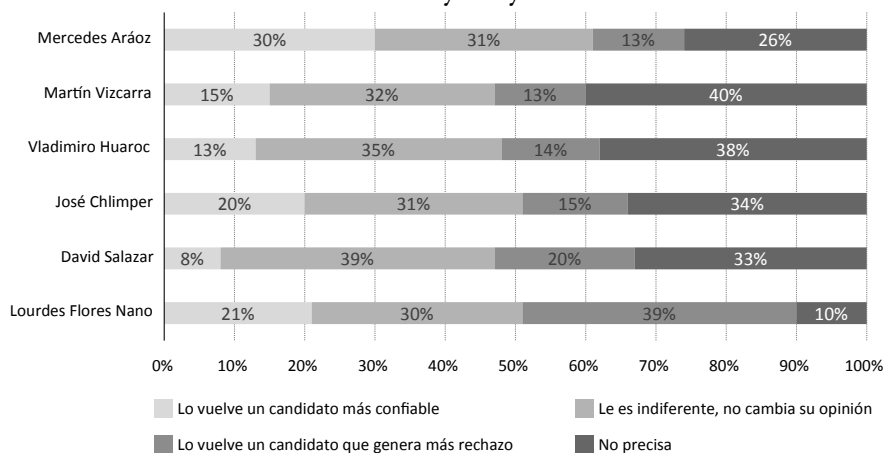
Dentro de la Segunda Vicepresidencia estaba David Salazar Morote, quien había sido gobernador de Apurímac en 2006; es decir, durante el segundo gobierno de García. Puesto que Salazar no formaba parte de ninguno de los partidos de la lista su inclusión podía verse como un acercamiento hacia provincia y al sector agropecuario, ya que proviene de ese rubro en el interior del país (Godoy, 2015).

2.4.1. Desempeño en campaña

A pesar de la expectativa que la Alianza Popular despertó en los dos principales partidos —los cuales apostaban por el «voto seguro» y la experiencia de García y Flores Nano—, la campaña de García nunca se movió fuera del dígito a lo largo de la campaña. Uno de los factores causantes fue que la imagen dentro de la opinión pública ya no era tan favorable para quien había pasado tantos procesos electorales como Flores Nano.

Según una encuesta en enero de 2016, elaborada por Ipsos Perú, Flores Nano no volvía un candidato más confiable a García, sino todo lo contrario: para el 39% de los peruanos, la presencia de Flores Nano en la lista hacía que el candidato a la Presidencia tuviera más rechazo entre la población, a pesar de que era la candidata a la Vicepresidencia más conocida: 80% de los encuestados tenían conocimiento de su postulación.

Gráfico 2. Actitudes hacia los vicepresidentes de Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski y Alan García



Fuente: Ipsos Perú, enero de 2016.

El primer mitin de presentación de la lista fue realizado el 8 de enero en San Juan de Miraflores, en el cual participaron los integrantes de la lista y representantes de las tres agrupaciones políticas que conformaban Alianza Popular. Luego de ello, Flores Nano apareció dando discursos en algunos otros mítines de la campaña, además de dar entrevistas y ser una vocera más de la candidatura. A la par de ello, ella tenía su propia agenda, sobre todo en Lima, en la cual participaba en eventos en paralelo a García. David Salazar, por su parte, no fue vocero de la Alianza Popular y solo participó en algunos mítines como acompañamiento.

2.5. Frente Amplio

La coalición de izquierdas contenida bajo el Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad buscó implementar mecanismos de democracia interna a la hora de escoger a sus candidatos para las elecciones de 2016. En ese sentido, se realizaron elecciones ciudadanas abiertas el 4 de octubre de 2015 para escoger a su candidato presidencial, en las cuales toda la población podía acudir a las urnas para emitir su voto. De la lista de siete candidatos, dos de ellos fueron los más votados: Marco Arana, fundador y principal líder de Tierra y Libertad, el cual era el único partido que poseía una inscripción legal dentro del Frente Amplio, y Verónica Mendoza, congresista de la república en 2011 y líder del recién formado Movimiento Sembrar.

Arana es un exsacerdote del Obispado de Cajamarca que cobró notoriedad por su apoyo en la lucha de las reivindicaciones sociales en la región Cajamarca a través de Tierra y Libertad, partido que lideraba desde el año 2009. Con una agenda ecologista y a favor del desarrollo sostenible y la conservación ambiental, Arana se hizo conocido en el ámbito nacional por su liderazgo en la defensa de las cuencas de agua amenazadas por el proyecto minero Conga en noviembre de 2011. Debido a su rol en el conflicto, se le calificó de «antiminero» por la prensa nacional.

Tras el escrutinio de los resultados de las elecciones ciudadanas, se presentaron irregularidades como las de algunas mesas del distrito de Pomalca en Lambayeque que fueron anuladas a pedido de Arana, lo cual confirmó el triunfo de Mendoza en las elecciones en el nivel nacional. A raíz de ello, las disputas internas incrementaron en torno a la virtual candidata y al rol de Tierra y Libertad dentro de la campaña.

Dado que aún existían otras fuerzas políticas de izquierda como Únete con las que el Frente Amplio quería una fórmula presidencial en conjunto, la selección de vicepresidentes estaba sujeta al proceso de dichas negociaciones. No obstante, una buena parte de Tierra y Libertad buscaba posicionar a Marco Arana dentro de la misma, por lo que para el Congreso Nacional del 5 de diciembre de 2015 —con una mayoría de delegados afines al partido de la inscripción— el Frente Amplio decidió incorporar a Arana como primer vicepresidente de la lista y dejar la Segunda Vicepresidenta abierta para seguir negociando con otras listas de izquierda. De este modo, la unión entre Mendoza y Arana dentro de la plancha representaba el pegamento entre los seguidores de uno y otro dentro del frente político.

Tras el rompimiento de Unidad Democrática —alianza que congregaba posibles candidatos de izquierda, como Gonzalo García Núñez o Sergio Tejada—, las conversaciones para unir fuerzas políticas a la plancha fueron descartadas, por lo que el Comité designado decidió invitar al economista Alan Fairlie para completar la plancha. Proveniente de la política universitaria en sus años de estudiante de

Economía, Fairlie era decano de la Facultad de Ciencias Sociales de la PUCP, así como director de la maestría de Biocomercio y Desarrollo de la misma casa de estudios. Con un perfil académico ligado a la izquierda, Fairlie pasó a ser parte de la Comisión de Plan de Gobierno y del Comité Permanente del Frente Amplio, aunque aún en su calidad de independiente.

2.5.1. Desempeño en campaña

El 20 de enero el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) oficializó la inscripción de la plancha del Frente Amplio, con lo cual comenzó oficialmente la campaña para Mendoza, en la que sus dos vicepresidentes jugaron roles distintos.

Marco Arana, al ser candidato al Congreso por la región de Cajamarca, destinó sus esfuerzos en campaña por obtener votos en dicho departamento por lo que sus apariciones en Lima junto a Mendoza fueron pocas. Incluso puede que la estigmatización de Arana como antiminerero y las pugnas al interior del Frente Amplio hayan provocado esta división en la campaña.

A pesar de concentrarse en la campaña congresal en Cajamarca, Arana tuvo que disputar el voto a voto con Juan Regalado, quien era el número 2 de la lista del Frente Amplio. Con una diferencia de 53 votos, Arana consiguió convertirse en parlamentario dentro de una bancada en la que predominan los militantes de Tierra y Libertad.

Alan Fairlie, por su parte, postuló al Parlamento Andino con el número 1 y su estrategia de campaña fue acompañar a Mendoza durante sus mítines, en los cuales brindaba discursos a los asistentes antes de que la candidata presidencial tomara la palabra. Esta programación fue reproducida en todos los mítines organizados en Lima. Dicha presencia ayudó a Fairlie a ser electo parlamentario andino, aunque meses después renunció al Comité Permanente del Frente Amplio.

2.6. Los otros candidatos

Dentro de los candidatos con menor porcentaje de votación también hubo lógicas detrás la elección de sus planchas presidenciales. De este modo, el expresidente Alejandro Toledo y su exministro Fernando Olivera apostaron a lo seguro e incluyeron a su equipo de confianza. Así, Toledo colocó militantes con experiencia de su partido político (Ayaipoma y Omonte), mientras que Olivera contó con Carlos Cuaresma, su socio fundador del Frente Independiente Moralizador.

Otros candidatos, al igual que el Frente Amplio y Alianza Popular, usaron la plancha presidencial como pegamento para mantener unidas nuevas alianzas. Este fue el caso de Gregorio Santos, que llevaba de vicepresidente a Andrés Alcántara (presidente de Democracia Directa), y Ántero Flores-Aráoz, que apostó por una

alianza con el exviceministro de Energía y Minas, Rómulo Mucho, y con la exdecana del Colegio de Trabajadores Sociales del Perú, Mery Botton.

Finalmente, Miguel Hilario apostó, al igual que Kuczynski, por vicepresidentes que tuvieran un perfil distinto al suyo. Así, Hilario unió en su lista a un empresario como Enrique Ponce Ayala y a Silvia Pareja, una trabajadora social expresidenta del Programa Vaso de Leche en Villa el Salvador.

2.7. Los candidatos tachados

2.7.1. Julio Guzmán

Si bien se declaró improcedente su plancha presidencial, lo cual ocasionó su retiro de la contienda electoral, esto fue por trámites administrativos y no por los candidatos que la conformaban. La lista de Todos Por el Perú fue la única lista dentro de las elecciones que poseía una mayoría de mujeres en ella, además de estar caracterizada por su juventud relativa al tener un promedio de 45 años entre los tres postulantes.

La candidata a la Primera Vicepresidencia fue Juana Maura Umasi, odontóloga con experiencia en el sector público al mando de la Dirección Ejecutiva de Promoción de la Salud de Lima Este del Ministerio de Salud; mientras que la Segunda Vicepresidencia fue ocupada por Carolina Lizárraga, conocida abogada que fue jefa de la Oficina Nacional Anticorrupción durante el segundo gobierno de Alan García. Ambas postularon en calidad de invitadas y respondían al perfil de Guzmán: conocimiento técnico y sin pasado político.

2.7.2. César Acuña

Alianza Para el Progreso decidió incursionar con candidato propio en 2016 luego de formar parte de la Alianza Por el Gran Cambio que llevó a Kuczynski de candidato en 2011. En su búsqueda de organizaciones políticas con las cuales aliarse, César Acuña logró llegar a un acuerdo con Somos Perú, de Fernando Andrade, y Restauración Nacional, del pastor evangelista Humberto Lay, la cual presentó a su líder como segundo vicepresidente en la lista. La Primera Vicepresidencia, por su parte, fue para Anel Townsend, excongresista y exministra de la Mujer en el gobierno de Alejandro Toledo, además de haber liderado la campaña en contra de la revocatoria de la exalcaldesa de Lima, Susana Villarán, en 2012.

Las tensiones llegaron a lo largo de la campaña, en la que hubo serias acusaciones de plagio en las investigaciones y publicaciones de Acuña, lo cual hizo que la campaña girase en torno a la defensa del candidato en vez de propuestas del plan de gobierno. Dichas acusaciones terminaron por producir la renuncia de Lay a la plancha presidencial, el 24 de febrero de 2016 y el alejamiento de Townsend, quien

había sido una de las más férreas defensoras de Acuña en entrevistas y debates en medios. Si bien ambos vicepresidentes eran candidatos al Congreso por Lima en los primeros números de la lista, luego dimitieron de sus postulaciones. La lista terminó de implosionar en marzo de 2016, una vez producida la tacha contra Acuña por la entrega de dinero en campaña.

3. ¿QUÉ VARIABLES INFLUYEN EN LA SELECCIÓN DE LOS VICEPRESIDENTES?

Para tener una visión más clara de los factores que influyen en la selección de vicepresidentes se han tomado variables del estudio de Mieres y Pampín (2015) como sexo, diferencia etaria, experiencia y balance regional para comparar las diez planchas presidenciales que postularon en 2016.

3.1. Sexo

Como ya se ha señalado antes, ocho de las diez listas postulantes tienen presencia femenina, lo cual contrasta con la historia de vicepresidentes a lo largo de América (Mieres & Pampín, 2015). Existe, pues, una tendencia a tener mayor representación femenina dentro de los candidatos a través de las elecciones presidenciales peruanas.

A juzgar por su lugar dentro de la plancha, dos listas están lideradas por una mujer —Mendoza y Fujimori—, una tiene como primera vicepresidenta a una mujer —Flores Nano— y en las seis restantes hay representación femenina en la Segunda Vicepresidencia. Además, en ninguna de las listas hay más mujeres que hombres, así sea una mujer la que encabece la lista³.

De este modo, aunque ha incrementado el número de listas que incorporan mujeres dentro de sus candidatos en la plancha presidencial, la mayoría de ellas (seis de diez) son colocadas en el último lugar. Esta evidencia sugiere que un criterio para la selección de vicepresidentes es el sexo, pues la gran mayoría de las listas contiene una mujer en la fórmula.

3.2. Edad

Si algo caracterizó a esta elección fue la disparidad en las edades de los candidatos a la Presidencia. Tuvimos en la misma competencia a Verónica Mendoza, de 35 años, y a Pedro Pablo Kuczynski, que con 77 años fue escogido presidente. ¿Importará la diferencia etaria para escoger a los vicepresidentes?

³ La lista de Julio Guzmán era la única en la que las mujeres representaban la mayoría de la plancha presidencial.

Tabla 1. Características de los postulantes dentro de las planchas electorales

| Partido o alianza | Candidato | Sexo | Edad | Diferencia etaria | Experiencia | Región representante |
|------------------------|-------------------------------|------|------|-------------------|----------------|----------------------|
| Acción Popular | Alfredo Barnechea | M | 63 | | Diputado | Lima |
| | Víctor Andrés García Belaunde | M | 66 | No | Congresista | Lima |
| | Edmundo del Águila Morote | M | 73 | Sí | Diputado | Lima |
| Alianza Popular | Alan García | M | 66 | | presidente | |
| | Lourdes Flores Nano | F | 56 | Sí | Diputada | Lima |
| | David Salazar | M | 62 | No | Pdte. Regional | Apurímac |
| Democracia Directa | Gregorio Santos | M | 49 | | pdte. Regional | Cajamarca |
| | Andrés Alcántara | M | 56 | No | | |
| | Simon Chipana | M | 60 | Sí | | |
| Frente Amplio | Verónica Mendoza | F | 35 | | congresista | Cusco |
| | Marco Arana | M | 53 | Sí | | |
| | Alan Fairlie | M | 56 | Sí | | |
| Frente Esperanza | Fernando Olivera | M | 57 | | congresista | Lima |
| | Carlos Cuaresma | M | 64 | No | Pdte. Regional | Cusco |
| | Juana Avellaneda | F | 61 | No | Diputada | Junín |
| Fuerza Popular | Keiko Fujimori | F | 40 | | congresista | Lima |
| | José Chlimper | M | 60 | Sí | ministro | |
| | Vladimiro Huaroc | M | 67 | Sí | Pdte. Regional | Junín |
| Partido Político Orden | Ántero Flores-Aráoz | M | 73 | | congresista | Lima |
| | Rómulo Mucho* | M | 59 | Sí | Congresista | Puno* |
| | Mery Botton | F | 65 | No | | |
| Perú Posible | Alejandro Toledo | M | 70 | | presidente | |
| | Marcial Ayaipoma | M | 74 | No | Congresista | Lima |
| | Carmen Omonte | F | 45 | Sí | Congresista | Huánuco |
| Peruanos Por el Cambio | Pedro Pablo Kuczynski | M | 77 | | ministro | |
| | Martín Vizcarra | M | 52 | Sí | Pdte. Regional | Moquegua |
| | Mercedes Aráoz | F | 54 | Sí | Ministro | |
| Progresando Perú | Miguel Hilario | M | 45 | | | |
| | Manuel Ponce | M | 60 | Sí | | |
| | Silvia Pareja | F | 56 | Sí | | |

* Rómulo Mucho fue electo en período 2000-2001 cuando existía circunscripción única. Se le considera Puno pues esa es su región de procedencia.

Fuente: INFOgob.

Luego de utilizar el mismo criterio de diez años de diferencia de Mieres y Pampín (2015), se encuentra que en solo cuatro casos las diferencias etarias han sido con ambos vicepresidentes, cuyos candidatos coincidentemente son los de edades más extremas de la elección: Verónica Mendoza, Keiko Fujimori y Miguel Hilario, los candidatos más jóvenes, por un lado; y Pedro Pablo Kuczynski, el candidato de más edad, por el otro. En el caso de Kuczynski, sus vicepresidentes eran más de veinte años menor que él.

La lección que nos deja este proceso electoral es que los candidatos jóvenes suelen ir acompañados de vicepresidentes mayores por diez años a más, mientras que un candidato que se encuentra dentro de los de mayor edad debe recurrir a vicepresidentes más jóvenes para mantener el balance en la plancha.

3.3. Experiencia política

Mieres y Pampín destacan que 79 de los 110 vicepresidentes electos en América en el período 1985-2012 han tenido algún tipo de actividad político-partidaria antes de ocupar el cargo. Ciertamente, un cargo ejecutivo o de representación brinda no solo experiencia sino también poder mediático. Para comparar la experiencia política en esta elección se tuvo en cuenta si los postulantes tuvieron un cargo de representación (congresistas o diputado), un cargo ejecutivo (presidente o ministro) o si fueron presidentes regionales.

Solo tres de las diez planchas tienen en su mayoría candidatos sin experiencia política: Miguel Hilario, neófito en política, es el único candidato sin ninguna experiencia previa al igual que sus compañeros de fórmula⁴. Las otras dos planchas son las del Frente Amplio y Democracia Directa, cuyos postulantes a la Primera y Segunda Vicepresidencia no han tenido cargos públicos o de representación. No obstante, Marco Arana y Andrés Alcántara son líderes de sus respectivos partidos con la inscripción necesaria para postular a la Presidencia, además de haber sido líderes en las luchas sociales por el proyecto minero Conga y por la devolución de los fondos de Fonavi, respectivamente.

De las siete listas restantes, se puede observar que en seis de ellas se privilegia la diferencia entre la experiencia política para así complementar el área de *expertise* de los candidatos presidenciales. Así, por ejemplo, Kuczynski ha sido ministro de Economía, por lo que es complementado por la experiencia de Martín Vizcarra como presidente regional; mientras que la excongresista Keiko Fujimori lleva a otro expresidente regional como segundo vicepresidente. Contrario a lo que ocurría

⁴ Su mayor acercamiento en la gestión pública fue como presidente ejecutivo de la Comisión Nacional de Pueblos Andinos, Amazónicos y Afroperuanos (Conapa), órgano de la Presidencia de Consejo de Ministros, de 2003 a 2004.

en Estados Unidos, las planchas peruanas de 2016 privilegiaron la diversidad de conocimientos del Estado y sus formas de representación.

3.4. Balance regional

A pesar de no encontrar una tendencia en el continente americano sobre un balance regional entre los miembros de la plancha presidencial, Mieres y Pampín (2015) señalan que algunos países como Argentina presentan ejemplos de cómo los clivajes de cada país afectan en el ensamble de las listas. En el Perú, debido al carácter centralista del Estado, ha existido una clara diferencia entre Lima y el resto de regiones, lo cual ha llevado a algunos estudios a clasificar un clivaje entre los requerimientos por el Estado-nación y pos Estado-nación (Vergara, 2007). Asimismo, la ascendencia de movimientos regionales en las elecciones subnacionales ha marcado un reto para los partidos políticos nacionales de conseguir el voto en regiones en las que no tienen autoridades electas ni presencia territorial (De Gramont, 2010).

Ante ello, una forma de capitalizar los votos de dichas regiones es a través de las alianzas con estos movimientos regionales o con exautoridades con arrastre electoral. Si bien son pocos los líderes regionales que han logrado dar el salto hacia la arena nacional, quienes lo hacen proceden, mayormente, a través de partidos políticos de base limeña. ¿Cuánto importa el balance regional dentro de las planchas presidenciales? Para responder a esta pregunta se establecen las regiones de los candidatos sobre la base de las regiones que representaron —en caso hayan sido congresistas o diputados— o las regiones por las que fueron electos —en caso hayan sido presidentes regionales—.

En cinco de las diez listas postulantes hay un ex presidente regional, sobre todo de regiones de la sierra peruana. Resalta el caso de Gregorio Santos, exgobernador de Cajamarca y uno de las principales líderes en contra del proyecto minero Conga en 2011. Muchos de estos candidatos poseían su propio movimiento regional, el cual dejaron con el fin de probar suerte dentro de las planchas presidenciales. En todas estas listas hay una contraparte limeña o del Poder Ejecutivo nacional.

En las otras cinco listas, tres de ellas llevaban un excongresista de alguna región, mientras que una de ellas, Acción Popular, estaba conformada por ex representantes parlamentarios de la capital y la otra, Progresando Perú, no poseía experiencia política. Resalta en este grupo de planchas presidenciales el Frente Amplio, pues llevaba a la cabeza a una congresista por el Cusco del período 2011-2016 y como primer vicepresidente, si bien no había ocupado ningún cargo, al líder de la lucha social en Cajamarca. De este grupo, el predominio también es de departamentos de la sierra incluidos en las listas postulantes.

Las cuatro variables aquí descritas pueden resumirse en la siguiente tabla:

Tabla 2. Resumen de variables

| Partido o alianza | Mujeres en la lista | Diferencia de edad | Candidatos con experiencia política | Balance regional |
|------------------------|---------------------|--------------------|-------------------------------------|------------------|
| Acción Popular | No | No | 3 | No |
| Alianza Popular | Sí | No | 3 | Sí |
| Democracia Directa | No | No | 1 | Sí |
| Frente Amplio | Sí | Sí | 1 | Sí |
| Frente Esperanza | Sí | No | 3 | Sí |
| Fuerza Popular | Sí | Sí | 3 | Sí |
| Orden | Sí | No | 2 | Sí |
| Perú Posible | Sí | No | 3 | Sí |
| Peruanos Por el Kambio | Sí | Sí | 3 | Sí |
| Progresando Perú | Sí | Sí | 0 | - |

Fuente: INFOgob.

Las planchas presidenciales en 2011 establecen un patrón para la selección de sus candidatos: la mayoría tiene una mujer dentro de la plancha presidencial (ocho de diez); la mayoría de los candidatos a la Presidencia tiene experiencia política como ministro, representante parlamentario o presidente regional (nueve de diez); y la mayoría de dichas listas tiene un balance entre Lima y provincias, generalmente con la inclusión de una exautoridad de una región de la sierra (ocho de diez).

Las diferencias que se pueden encontrar son etarias: cuatro listas mantienen una diferencia de edad mayor a diez años entre el postulante a presidente y ambos vicepresidentes y todos los postulantes de las seis listas poseen experiencia política. Curiosamente, de las cuatro listas con diferencia de edad, tres de ellas recibieron la mayoría de los votos en el ámbito nacional, dentro de las cuales Fuerza Popular y Peruanos Por el Kambio —listas que pasaron a la segunda vuelta— llevaban a sus tres integrantes con experiencia en el Estado o la representación parlamentaria.

No obstante, la predominancia de las variables demográficas o de experiencia no permite clasificar patrones de formación más políticos. Por ello, es necesario analizar los datos que se encuentran en dichas variables con la descripción de cada plancha presidencial del segundo apartado de este artículo.

4. TIPOS DE SELECCIÓN DE CANDIDATOS A LA VICEPRESIDENCIA

El principal hallazgo de Mieres y Pampín (2015) iba de la mano con la idea de balance ideológico encontrado por Sigelman y Wahlbeck (1997) y por Court y Lynch (2015) para el caso estadounidense: existían dos formas en las cuales algunos países americanos balanceaban la fórmula presidencial desde las variables ideológicas o partidarias. De este modo, los candidatos podían ser escogidos por la búsqueda del equilibrio político de facciones o por la ampliación de la imagen que el candidato quería mostrar en campaña. Aquí ensayaremos tres tipos a partir de esta nomenclatura: la selección por ampliación de imagen, la selección por alianza política y la selección por confianza interna, la cual se encuentra como intermedio entre ambos aspectos.

4.1. Selección por ampliación de imagen

Los candidatos a la Presidencia tienen que brindar una buena imagen al electorado para poder conquistarlo o poder ampliar el segmento natural al que pertenecen. Para ello, una herramienta es el «fichaje electoral», en el cual se acude a otros políticos o personalidades para que participen junto al candidato y endosen sus capacidades o imagen en forma de votos. Bajo este criterio, los políticos sirven al proyecto político que consideran con mayores réditos en una lógica racional de costo-beneficio, la cual ha solido primar en el escenario peruano contemporáneo (Zavaleta, 2016).

Las elecciones presidenciales de 2016 ejemplificaron este tipo de selección en las dos planchas con mayor cantidad de votos: Keiko Fujimori, quien buscaba posicionarse en el centro político que le había sido esquivo en 2011, decidió agregar personalidades de imagen técnica (Chlimper) como de imagen más progresista (Huaroc) para situarse más a la izquierda del discurso de su partido. No obstante, conforme pasó la campaña, se hizo evidente que el llamado viraje ideológico no era tal, pues los vicepresidentes solo buscaban ampliar la imagen de Fujimori. Además, como la decisión era tomada por el círculo interno de Fujimori y la propia candidata, no había necesidad de rendir cuentas ante las estructuras partidarias.

Pedro Pablo Kuczynski, por su parte, encontró en Vizcarra y Aráoz la complementariedad a su larga experiencia: nuevos voceros con un acercamiento más fresco a la política y un perfil técnico que ampliaba la imagen del equipo de Kuczynski como el más preparado para gobernar. Dada la edad del candidato, sus vicepresidentes sirvieron también para balancear su imagen. Al igual que con Fuerza Popular, la decisión por seleccionar a los vicepresidentes estuvo a cuenta de los dirigentes del partido y del candidato presidencial, por lo que no fue necesaria

una consulta a bases por su conformación: lo que importaba era la imagen que se quería proyectar afuera, no hacia adentro.

Otras listas que encajan en este criterio son las de Miguel Hilario, el cual buscó personalidades en otros rubros para no ser encasillado como el candidato de la Amazonía, aunque sin mucho éxito; y Antero Flores-Aráoz, quien logró una alianza con Rómulo Mucho para la Vicepresidencia, aunque esta se basaba más en el fichaje del exministro de Energía y Minas que en un aparato con arrastre electoral. Ambas listas no obtuvieron buenos porcentajes en la elección. Quienes también se encuentran bajo la lógica de ampliación de imagen fueron los dos candidatos tachados: Julio Guzmán apeló a la imagen de novedad en contra de la clase política al convocar a dos mujeres neófitas en política, mientras que César Acuña selló su pacto político con Anel Townsend, símbolo del institucionalismo en Lima, y Humberto Lay.

4.2. Selección por alianza partidaria

La elección de 2016 ha traído consigo partidos políticos que vuelven a tentar la Presidencia, así como organizaciones nuevas que buscan emular a los partidos tradicionales en cuanto a democracia interna. Para ellos, la lógica no necesariamente es reforzar la imagen del candidato, sino afianzar alianzas políticas en el interior del partido o con otras fuerzas. En dichas alianzas prima tanto un objetivo en común como un conjunto de ideas con cierto nivel de proximidad: bienvenidos a la nueva resistencia de los partidos traducida en las planchas presidenciales.

Comenzando por su nombre, la Alianza Popular es el ejemplo perfecto para identificar este tipo de lógica. La unión del APRA y el Partido Popular Cristiano implicaba no solo los intentos por quitarle la imagen de deshonestidad a la candidatura de Alan García, sino que también representaba, tal como señala Puémape (2016), una apuesta por la institucionalidad y la experiencia de los dos partidos más antiguos del Perú que se resistían a morir. ¿Acaso los costos para esta alianza no eran sumamente altos para ambos candidatos? Si bien García y Flores Nano —al igual que todos los políticos— buscaban sobrevivir a las elecciones a través de su presencia en la plancha presidencial, un análisis economicista de su alianza pecaría de incompleto. Junto a David Salazar como balance regional, la lista de Alianza Popular buscaba posicionarse como la apuesta de los partidos con más trayectoria de las elecciones.

Del otro lado del espectro político, la plancha presidencial de Democracia Directa también se configura desde alianzas políticas. Luego del fiasco de la elección en Únete, Andrés Alcántara decidió formar una alianza con el encarcelado Santos para salvar su inscripción y presentar una opción de izquierda provinciana en las

elecciones. Con ello, la alianza entre los fonavistas y los remanentes del Movimiento de Afirmación Social (MAS) se adhieren a través de la candidatura de Santos como presidente y Alcántara como vicepresidente, y se esgrimen propuestas sobre democracia radical y preservación del medio ambiente.

El caso interesante de esta lógica es el Frente Amplio, confluencia de izquierda que dependía de la inscripción electoral de Tierra y Libertad, cuyo líder quedó segundo en las elecciones internas abiertas que se celebraron para designar al candidato a la Presidencia. Su inclusión en la lista presidencial fue un esfuerzo por mantener la cohesión interna del Frente puesto que el liderazgo de Mendoza no era bien visto por los seguidores de Arana. Nuevamente, el vicepresidente no solo fue escogido por la imagen que proyectaba, sino por la fuerza política a la que representaba.

4.3. Selección por confianza interna

Las dos lógicas que acabamos de señalar no son necesariamente excluyentes, pues existe una tercera lógica en la que las decisiones confluyen entre el cálculo de la imagen y las alianzas partidarias. Así, hay algunas listas en las que los vicepresidentes son escogidos dentro de un número limitado de personas ligadas al entorno de confianza del candidato que puede o no estar dentro en un partido político. Por tanto, en estos casos, la elección se realiza tanto por el lugar del postulante en el partido como por su cercanía con el candidato. A este tipo de lógica intermedia la llamaremos de confianza interna y es la que más se asemeja a la estructura de nominación de la década de 1980.

La lista de Acción Popular es la que está más cercana a la selección por alianza. Esta lista, que primero pasó por un proceso de democracia interna para elegir a su candidato presidencial, responde a una facción del partido que combina la experiencia y poder mediático de Víctor Andrés García Belaunde con el aparato que Edmundo del Águila poseía, dada su trayectoria dentro del partido. Por ello, había un universo limitado de vicepresidentes que tuvo que responder a las elecciones internas más que para el arrastre electoral. Esto explicaría en parte su carencia de balance regional o de presencia femenina.

Alejandro Toledo, por su parte, se valió de los pocos cuadros que le quedaban en su partido político para armar su plancha presidencial. Tanto Ayaipoma como Omonte habían sido operadores suyos durante su gobierno, por lo que apeló a políticos de confianza más que a la ampliación de su base de votos. Finalmente, Fernando Olivera también se valió de viejos conocidos como Carlos Cuaresma, exintegrante del Frente Independiente Moralizador. Olivera, al no tener estructura

partidaria, apeló a sus vínculos personales para seleccionar postulantes a la Vicepresidencia.

Cabe resaltar que las últimas dos listas no obtuvieron buenos resultados, en parte, porque no dependían mucho de sus propios recursos y aparatos. Acción Popular, de no ser por la súbita mediatización de Alfredo Barnechea y la tacha contra Julio Guzmán, pudo haber tenido el mismo desenlace.

Tabla 3. Tipo de selección vicepresidencial

| Ampliación de imagen | Confianza interna | Alianza partidaria |
|---------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Peruanos Por el Cambio (Kuczynski) | Acción Popular (Barnechea) | Alianza Popular (García) |
| Fuerza Popular (Fujimori) | Perú Posible (Toledo) | Frente Amplio (Mendoza) |
| Partido Político Orden (Flores-Aráoz) | Frente Esperanza (Olivera) | Democracia Directa (Santos) |
| Progresando Perú (Hilario) | | |

5. CONCLUSIONES

Al no tener funciones específicas más que la sucesión, las candidaturas a las vicepresidencias de la república suelen ser utilizadas como piezas de negociación o de ampliación de la imagen de los candidatos a la Presidencia. Más allá de buscar un trabajo en equipo sinérgico, el candidato —o su partido, según sea el caso— decidirá quienes serán sus compañeros de fórmula tras un análisis racional del contexto electoral o partidario.

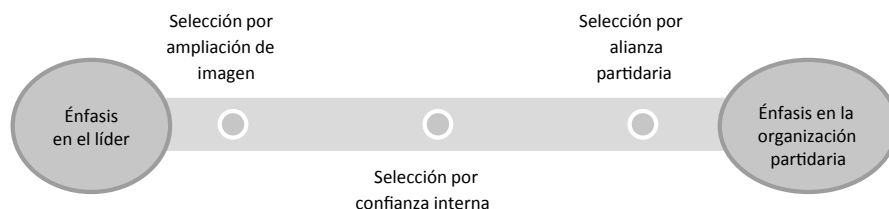
El estudio de las diez planchas presidenciales que postularon en las elecciones de 2016 encuentra que, en comparación con otros procesos, hemos sido testigos de la elección con más mujeres dentro de las planchas presidenciales, en la que las listas que eran lideradas por ellas llegaron a las tres candidatas más votadas. Además, veintitrés de treinta miembros de las planchas presidenciales tenía experiencia política previa, lo cual resalta el incremento en la profesionalización de las candidaturas peruanas.

Existen algunos patrones iniciales de corte sociodemográfico que cumplen la mayoría de estas listas: en primer lugar, se debe tener por lo menos una mujer dentro de la plancha presidencial; en segundo lugar, los vicepresidentes deben tener experiencia política previa como ministros, gobernadores regionales o congresistas; y, en tercer lugar, se debe establecer un balance entre Lima y las regiones dentro de la lista. La evidencia de este proceso electoral sugiere que hay este tipo de balances

en la mayoría de las fórmulas, lo cual contrasta con lo señalado por Mieres y Pampín sobre las personas electas a la Vicepresidencia (2015).

Un alcance más descriptivo de la conformación de las listas en el contexto peruano devela tres tipos de lógicas detrás de la elección de los vicepresidentes: la selección por ampliación de imagen del candidato, la selección por alianza partidaria y la selección por confianza interna. Estos tipos de selecciones transitan desde un continuo, en el que el objetivo de ampliar la imagen del candidato presidencial está en un extremo, la confianza interna en el intermedio y el vínculo partidista en el otro extremo.

Gráfico 3. Tipos de selecciones según énfasis en el líder o en la organización partidaria



Así, diferentes lógicas conviven dentro de un mismo proceso electoral del mismo modo que partidos políticos tradicionales sobreviven al lado de vehículos electorales personalistas. Por ejemplo, las planchas presidenciales de Keiko Fujimori y Pedro Pablo Kuczynski se encontrarían en el extremo izquierdo del gráfico 3, mientras que la lista de Verónica Mendoza se ubicaría en el extremo derecho.

Existe pues una convivencia entre una selección personalista con una que le brinda importancia a la estructura partidaria. Poseer legitimidad a través de un mínimo de organización política puede lograr una alianza partidaria, así como tener legitimidad en el círculo partidario interno del candidato puede incrementar las posibilidades de ser elegido en la plancha presidencial. La evidencia presentada en este artículo discute el monopolio de un criterio electoral en las vicepresidencias de 2016 y en algunas organizaciones también se encuentran factores partidarios que siguen dotando a la estructura política de poder en la nominación.

¿Algún tipo de lógica fue más capaz para atraer votos que los otros tipos durante la elección de 2016? Debido a las diferentes variables que condicionan el resultado de la selección, sería difícil establecer con seguridad un tipo que garantice el éxito electoral. No obstante, además de los patrones sociodemográficos, esta elección presenta un predominio del tipo de selección por ampliación de imagen, pues

los dos candidatos con mayores votos —Fujimori y Kuczynski— escogieron a sus vicepresidentes bajo esta lógica. De este modo, puede ser que, si bien varias lógicas conviven, la elección de 2016 demuestra cómo la lógica electoralista sigue debilitando el poder de los partidos políticos —y su democracia interna— para escoger vicepresidentes y demás cargos. El nuevo contexto es hostil a los partidos y provoca que, desde la década de 1980, otro tipo de elección de vicepresidentes sea más útil para lograr el ansiado triunfo electoral. Una comparación que tome en cuenta los procesos electorales pasados —junto con el estudio de las vicepresidencias como institución dentro del sistema político peruano— podría revelar mayores hallazgos en el campo de los estudios electorales y en el estudio de los partidos políticos.

BIBLIOGRAFÍA

- Baumgartner, Jody & Rhonda Evans (2009). Constitutional Design of the Executive: Vicepresidencies in Comparative Perspective. *Congress & the Presidency*, 36(2), 148-163.
- Bonvecchi, Alejandro & Carlos Scartascini (2014). The Organization of the Executive Branch in Latin America: What We Know and What We Need to Know. *Latin American Politics and Society*, 56(1), 144-165.
- Court, Whitney & Michael Lynch (2015). How Presidential Running Mates Influence Turnout: The Risks and Rewards of Revving up the Base. *American Politics Review*, 43(5), 897-918.
- De Gramont, Diane (2010). ¿Se está quedando Lima detrás? Las elecciones regionales de noviembre de 2006 y el ascenso de los movimientos regionales en Perú. *Polítai. Revista de Ciencia Política*, 1(1), 56-72.
- El Comercio (2015). *Alfredo Barnechea es candidato presidencial de Acción Popular*. <http://elcomercio.pe/politica/elecciones/alfredo-barnechea-candidato-presidencial-accion-popular-noticia-1865418>. Fecha de consulta: 8 de setiembre de 2016.
- El Comercio (2016). *Baguazo: deudos de víctimas PNP denuncian a Mercedes Aráoz*. <http://elcomercio.pe/politica/justicia/baguazo-deudos-victimas-pnp-denuncian-mercedes-araoz-noticia-1936439>. Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2016.
- Godoy, José Alejandro (2015). *The Hangover Electoral 2: planchas como cancha*. <http://www.desdeeltercerpiso.com/2015/12/the-hangover-electoral-2-planchas-como-cancha/>. Fecha de consulta: 10 de julio de 2016.
- JNE (2013). *80 años de elecciones presidenciales en el Perú (1931-2011)*. Lima: JNE.

- Mieres, Pablo & Ernesto Pampín (2015). La trayectoria de los vicepresidentes en los regímenes presidencialistas de América. *Revista de Estudios Políticos*, 167, 99-132.
- Puémape, Félix (2016). La fe de los sobrevivientes. Una mirada a la ¿última? campaña electoral de Alan García (y Lourdes Flores). En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 61-86). Lima: Planeta.
- Requena, José Carlos (2011). No eres tú, soy yo» Partidos políticos y planchas presidenciales 1980-2011. En Carlos Meléndez (comp.), *Anti-candidatos. Guía analítica para unas elecciones sin partidos* (pp. 241-256). Lima: Mitin.
- RPP (2016). PPK: «Tendremos vicepresidentes de verdad, no pintados en la pared». <http://rpp.pe/politica/elecciones/ppk-tendremos-vicepresidentes-de-verdad-no-pintados-en-la-pared-noticia-929750>. Fecha de consulta: 10 de julio de 2016.
- Serrafero, Mario (2013). Hacia una nueva vicepresidencia. Reflexiones desde el caso norteamericano. *Revista de Derecho Político*, 88, 367-392.
- Sigelman, Lee & Paul Wahlbeck (1997). The «Veepstakes»: Strategic Choice in Presidential Running Mate Selection. *The American Political Science Review*, 91(4), 855-864.
- Sosa, Paolo (2016). ¿El despertar de la Fuerza Popular? Keiko Fujimori y el partido de las paradojas. En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 15-42). Lima: Planeta.
- Valle-Riestra, Ernesto (2016). PPK 2016: del «sancochado» al «aguadito». En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 87-101). Lima: Planeta.
- Velarde, Juan Manuel (2009). «La Vicepresidencia de la República en el Perú». Tesis de maestría. Facultad de Derecho, PUCP.
- Vergara, Alberto (2007). *Ni amnésicos ni irracionales: las elecciones peruanas de 2006 en perspectiva histórica*. Lima: Solar.
- Yeip, Randy (2016). Picking a Partner. How a Presidential Candidate's Choice of Running Mate Influences the Election. *The Wall Street Journal*. <http://graphics.wsj.com/elections/2016/vice-presidential-picks/>. Fecha de consulta: 15 de julio de 2016.
- Zavaleta, Mauricio (2016). La lógica económica detrás de los jales electorales. *Semana Económica*. <http://semanaeconomica.com/mercadoelectoral/2016/01/19/la-logica-economica-detras-de-los-jales-electorales/>. Fecha de consulta: 10 de octubre de 2016.

CON CUOTA O SIN CUOTA: CANDIDATAS EXITOSAS PARA EL CONGRESO

Diego Uchuypoma Soria
Flavia Freidenberg

INTRODUCCIÓN

Este artículo describe el perfil de las mujeres candidatas a los cargos legislativos para las elecciones peruanas de 2016 y pone a prueba algunas hipótesis acerca de los factores que influyeron en su elección como congresistas. A partir de la identificación de los rasgos centrales del perfil de las candidatas, se trata de conocer cuáles son los factores que mejor explican el éxito electoral en el nivel legislativo. Las mujeres latinoamericanas enfrentan serias dificultades para ganar una candidatura y, con ello, obtener un cargo de representación popular. Los niveles de representación política de las mujeres son bajos en la región (CEPAL, 2016; CIM, 2013) y delatan obstáculos de diferente naturaleza —actitudinales, político-partidistas, sociales y económicos—, que hacen que ganar un escaño sea una tarea muy difícil.

Históricamente, los partidos peruanos no han elegido a las mujeres como candidatas, del mismo modo que en el resto de países de América Latina (Freidenberg, en prensa; CIM, 2013; Llanos & Tello, 2012). En la década de 1990, el Perú se sumó a la ola que supuso la incorporación de reglas electorales que buscaban mejorar la representación política de las mujeres obligando a los partidos a ponerlas como candidatas y, con ello, equiparar las condiciones de la competencia. A pesar de los esfuerzos realizados en el país, las leyes de cuotas aprobadas en 1997, y su perfeccionamiento en 2000, juegan en un escenario hostil con un sistema electoral que atempera sus efectos —como el voto preferencial— y un sistema de partidos volátil y poco institucionalizado que dificulta la elección de las mujeres.

Este artículo se justifica por dos razones. Por un lado, se suma a los estudios que consideran necesario llenar un vacío en la literatura comparada con la intención de identificar y conocer más sobre el perfil y las trayectorias de las mujeres que se presentan como candidatas. Esto no es una cuestión menor. Si se pretende superar las desigualdades en la representación, resulta necesario conocer más sobre quiénes son las candidatas y cuáles son los valores y cualidades que representan (Pitkin, 1985). Por otro lado, se trata de identificar cuáles son las características —actitudinales, sociodemográficas— que incrementan las probabilidades de éxito electoral de las candidatas mujeres. La idea de construir un perfil de las candidatas y congresistas se sustenta en la necesidad de identificar los atributos asociados a aquellas que ganaron a diferencia de las que perdieron.

Este artículo encuentra que las candidatas cuentan con estudios superiores completos —pregrado y posgrado universitario—, tienen mayoritariamente experiencia laboral en el sector público y, de manera predominante, han ocupado funciones previas en el Poder Ejecutivo. Son pocas las candidatas que han postulado a un cargo de autoridad previo a su candidatura al Congreso, pero de las que cuentan con este tipo de experiencia, mayormente han postulado a cargos de regiduría —distrital y provincial— y de congresista. De las que han asumido cargos previamente, en su mayoría han sido como regidoras (más del 50%) o congresistas (31%). En tanto, las mujeres ganadoras cuentan en su mayoría con estudios superiores concluidos —pregrado y posgrado universitario—, con experiencia laboral en el sector privado y, dentro del sector público, en el Poder Ejecutivo, y con experiencia política de postulación y elección en los cargos de congresista y regiduría —provincial y distrital—. Este sería, por tanto, el perfil de las congresistas ganadoras en 2016.

Los hallazgos de este artículo rechazan las hipótesis acerca de la importancia de la experiencia política y el nivel de estudios en el éxito electoral de las mujeres candidatas y por el contrario identifica a la experiencia de autoridad y de postulación previa como inversas al éxito electoral; sin embargo, confirma la relación entre la experiencia laboral previa en un cargo público y haber sido elegida como congresista. De igual manera, el haber ocupado un cargo dentro de una organización política tiene muy poco peso explicativo sobre la probabilidad de elección de una mujer candidata.

Para el desarrollo de este artículo, se construyó una base de datos sobre perfiles de candidatas en el marco del GIPE, de la PUCP, dirigido por Fernando Tuesta Soldevilla. Dicha base consistió en la revisión de 1696 hojas de vida de las candidatas y candidatos que participaron en las elecciones congresales de 2016. El análisis realizado incluye variables relacionadas con la formación académica,

la experiencia laboral, las trayectorias políticas-electorales y el departamento de procedencia de los candidatos a las elecciones congresales de 2016.

Este artículo está estructurado en seis partes. Primero, se presentan las principales herramientas teóricas para la discusión sobre la representación política de las mujeres. Segundo, se presenta la metodología con la que se desarrolló la investigación y se construyó la base de datos. Tercero, se describe el contexto en el que compiten las mujeres, tanto en el nivel de las reglas de juego —diseño de cuotas y sistema electoral—. Cuarto, se describe y analiza la participación de las candidatas y candidatos; se describen los perfiles de las candidaturas y de las ganadoras en el Congreso peruano 2016-2021. Quinto, se exploran algunos factores que ayudan a explicar el éxito de la elección de unas candidatas frente a otras. Finalmente, se presentan una serie de conclusiones acerca de los resultados descriptivos e inferenciales.

1. MARCO TEÓRICO

La ausencia de las mujeres en las instituciones del sistema político manifiesta una grave falla en el funcionamiento del sistema político (Krook & Norris, 2014; Archenti, 2014) y da cuenta de una tendencia histórica de la mayor parte de los países de América Latina hacia la exclusión política de los grupos que integran sus sociedades en término de género, raza, migrantes o etnicidad. Numerosas investigaciones ponen en evidencia los altos niveles de exclusión política de la región (CEPAL, 2016; Bareiro & Soto, 2015; CIM, 2013) y, en el caso de las mujeres, muestran diferencias significativas entre ellas y los hombres respecto al acceso igualitario a la representación política.

El nivel de representatividad de los grupos políticos en las instituciones da cuenta de la salud democrática de esas instituciones. Si bien la presencia de mujeres no garantiza la defensa de demandas de género, tampoco conciencia de género ni asegura un determinado estilo de hacer política; su ausencia da cuenta de las dificultades de un sistema político para ser denominado como democrático. Es más, la ausencia de las mujeres en las instituciones dificulta el denominar a un sistema político como democrático (Freidenberg, en prensa; Bareiro & Soto, 2015). Una élite política integrada mayoritariamente por un grupo dominante, en términos ideológicos, partidistas e incluso de género, puede perder la objetividad y neutralidad necesaria para representar adecuadamente las perspectivas e intereses de grupos sociales subordinados (Phillips, 1995). De este modo, sin mujeres, indígenas o afrodescendientes en los cargos de representación popular, las instituciones ven limitadas sus oportunidades para expresar la diversidad y

el pluralismo de la sociedad. En suma, la presencia de la pluralidad de grupos y sectores en las instituciones democratiza la democracia.

Aun cuando esta cuestión es clave para el funcionamiento del sistema político, la desigualdad entre los géneros ha estado casi ausente en los estudios sobre la democratización (Waylen, 2007) y solo recientemente los análisis han incorporado los derechos de las mujeres en los sistemas democráticos como un punto clave de estos procesos (Álvarez, 1990; Waylen, 2007). El interés por esta desigualdad ha ido de la mano del empleo de mecanismos de acción afirmativa para mejorar la representación política de las mujeres (Archenti, 2014; Krook & Norris, 2014) y del éxito de esos mecanismos en que más mujeres fueran candidatas o electas.

Durante las últimas décadas, los trabajos se han centrado en la representación descriptiva (Bareiro & Soto, 2015; Piscopo, 2015; Archenti, 2014; Franchescet, 2008); el conocimiento de los diseños institucionales apropiados para una mayor representación de mujeres (Freidenberg & Lajas, 2016; Caminotti, 2016); el papel del sistema electoral sobre las cuotas (Jones, Alles & Tchintian, 2012; Jones, 2009; Htun & Jones, 2002); el tipo de políticas que impulsan las legisladoras (Piscopo, 2014; Rodríguez, 2010); el funcionamiento de los parlamentos como instituciones sensibles al género (Rodríguez Gustá & Maderna, 2014); el papel de los partidos políticos como *gatekeepers* de la política (Hinojosa & Vidal Correa, 2017); las trayectorias de las mujeres en los gobiernos locales o regionales (Tello, 2009; Salas, 2013; Massolo, 2007; Uchuypoma & Zambrano, 2015; Jave & Uchuypoma, 2013); la necesidad de contar con liderazgos competitivos para ganar una candidatura (Langston & Aparicio, 2012) y el modo en que los sesgos de género en el electorado limitan la elección de mujeres líderes.

Dado que los partidos son los que definen las candidaturas, son los actores clave que posibilitan o no la participación de las mujeres a través del proceso de selección de candidaturas para los cargos de representación popular (Hinojosa & Vázquez Correa, en prensa) y por el hecho de que son los que distribuyen los recursos —dinero, capital político, capacidad de movilización— para hacer campaña electoral (Roza, Llanos & Garzón de la Roza, 2010). Las investigaciones dan cuenta de que los políticos hombres, muchas políticas mujeres y los propios procedimientos internos jerárquicos, cerrados, verticales y poco transparentes funcionan como una barrera difícil de sortear para las mujeres (Hinojosa & Vázquez Correa, en prensa; Freidenberg, en prensa) y, aún más, si son nuevas militantes, si carecen de experiencia social previa (Langston & Aparicio, 2014) o no cuentan con capital político externo.

Las investigaciones se han centrado en analizar cómo las cuotas de género o paridad de género incrementan la representación política o, en su caso, contribuyen a romper los techos que limitan la participación y representación de las mujeres. Las

cuotas son reglas temporales que provocan diferentes estructuras de oportunidad para la elección de las mujeres, en interacción con otros elementos del sistema político y la voluntad política de las élites o de la opinión pública favorables a la representación de las mujeres y a la igualdad sustantiva (Bareiro & Soto, 2015). La heterogeneidad de los diseños de las leyes de cuotas impacta de modo diferente según sea la fortaleza de ese diseño (Caminotti, 2016; Freidenberg, en prensa) y que tenga un sistema electoral que incluya un enfoque de género o no (Jones, 2009). Las cuotas no aseguran los resultados de la representación y, por tanto, impactan de manera variada sobre el acceso de las mujeres a la representación política.

Junto a los estudios institucionales, se han desarrollado otro tipo de investigaciones centradas en las trayectorias políticas de las mujeres. Estos estudios han evidenciado que las mujeres suelen contar con una experiencia política relativa, debido a que su carrera se concentra, de forma predominante, en cargos legislativos. En el caso de los hombres, esta experiencia combina cargos en legislativos y ejecutivos (Caminotti, Rotman & Varetto, 2011; Equipo Latinoamericano de Justicia y Género, 2011; Borner, Caminotti, Marx & Rodríguez, 2009). Pese al mayor acceso de las mujeres a los gobiernos latinoamericanos, esto no ha generado que se amplíe su ingreso en los órganos ejecutivos nacionales y subnacionales (Salas, 2013; Escobar-Lemonn & Taylor-Robinson, 2005). Algunos estudios señalan que, pese a que las mujeres peruanas pudieron tener mayores posibilidades de ser reelectas entre los años 2010 y 2011, son muy pocas las que contaban con un cargo de autoridad y, menos aún, las que decidieron postular nuevamente (Schmidt, 2015).

Los hombres logran especializarse políticamente de manera progresiva y acceden a cargos legislativos o ejecutivos con mayor competencia electoral y recursos para legislar o implementar políticas (Caminotti y otros, 2011). Lo que resalta de la comparación entre las carreras de hombres y mujeres es que, en algunos casos, ellas cuentan con mayores niveles académicos y de experiencia laboral previa a sus candidaturas; sin embargo, los hombres parecen mantener otro tipo de ventajas que exceden estas variables dentro de la competencia electoral y las trayectorias políticas (Equipo Latinoamericano de Justicia y Género, 2011). Estos hallazgos motivaron a realizar nuevas investigaciones que permitan identificar cuáles son las variables que finalmente inciden en estas trayectorias políticas diferenciadas entre hombres y mujeres en los países de la región.

2. METODOLOGÍA

Este artículo ha implicado la recolección y organización de la información de 1696 hojas de vida declaradas por las candidatas y candidatos en las elecciones

para el Congreso de la República del Perú en 2016¹. Estas fichas con información personal de los candidatos y candidatas son una fuente extraordinaria de datos original de acceso público. Para este artículo, los datos han sido ordenados sobre la base de una serie de variables tales como departamento de pertenencia, organización política que postula la candidatura, posición en la lista de postulación, experiencia política previa, experiencia laboral previa y nivel educativo del candidato o candidata.

La sistematización de esta información ha permitido construir dos tipos de perfiles: a) el de las candidaturas —mujeres candidatas— y b) el de las que resultaron ganadoras como congresistas en dicho proceso electoral —mujeres electas—. A partir de esta sistematización y, basados en lo señalado por los estudios acerca de las barreras que persisten en la construcción de trayectorias políticas de las candidatas mujeres, el estudio busca poner a prueba cuatro hipótesis acerca de los perfiles descritos y las probabilidades de que una candidata mujer gane un escaño en el Congreso peruano.

La variable dependiente de esta investigación es el éxito electoral de las mujeres al Congreso peruano y se busca hallar explicaciones respecto a ese éxito, a partir de cuatro variables independientes como la experiencia política previa en postulaciones, la experiencia política previa en cargos de autoridad, la experiencia laboral previa —medida por los puestos en los que hubiera trabajado, ya fuera en el ámbito público como en el privado— y el nivel educativo de las mujeres electas —medido por el nivel máximo grado de estudio alcanzado: posgrado, universitarios, secundarios o primarios—. Las hipótesis son las siguientes:

- 1) La experiencia política previa en postulaciones incrementa la probabilidad de que haya sido elegida como congresista.
- 2) La experiencia política previa en cargos de autoridad incrementa la probabilidad de que haya sido elegida como congresista.
- 3) La experiencia laboral incrementa la probabilidad de que haya sido elegida como congresista.
- 4) A mayor nivel de estudios alcanzado, mayor probabilidad de que haya sido elegida como congresista.

3. EL CONTEXTO INSTITUCIONAL: LAS CUOTAS DE GÉNERO Y EL SISTEMA ELECTORAL PARA LA ELECCIÓN DEL CONGRESO PERUANO

La implementación de la cuota de género en las candidaturas se realiza mediante la promulgación de la Ley Orgánica de Elecciones, ley 26859, del 29 de setiembre

¹ La ley 28624 de 2005, que modificó la Ley de Partidos Políticos, establece como deber de los candidatos y candidatas la presentación y publicación de la Declaración Jurada de Vida. Esta ficha es un requisito obligatorio desde las elecciones regionales 2006.

de 1997. En el artículo 116 se establecía que las listas de candidatos y candidatas al Congreso de la República debían contener un mínimo de 25% de mujeres u hombres², con mandato de posición débil, en las que por cada tres candidaturas tiene que haber una mujer, solo para las candidaturas propietarias y sin señalar a los suplentes. Además, no quedaban claras las sanciones a los partidos que no cumplen con la cuota, lo que generaba incentivos para que los partidos no cumplieran la cuota y hacía a la ley débil en relación con los efectos sobre la representación política³.

Sin embargo, en el año 2000 se promulgó la ley 27387 que modificó dicha normativa y fortaleció el diseño de las mismas. Con la nueva reforma las listas de candidaturas al Congreso de la República deben contener un mínimo de 30% de mujeres u hombres; y establecen el mandato de posición, en el que por cada tres candidaturas tiene que haber una mujer. La gran deuda de este nuevo diseño es que no modificó el carácter sancionador y el nuevo texto dejó de señalar de manera explícita las sanciones que perciben los políticos y sus partidos por no cumplir con la cuota. Como ya hemos dicho, la ausencia de sanciones claras en el diseño deja espacio a que esta no se cumpla —sin que hubiera consecuencias por ello— y establece que la regla rige solo para las candidaturas titulares —y no para las suplentes—. Este nuevo diseño de la cuota de género fue aplicado a partir de las elecciones generales de 2001 (ver tabla 1).

La cuota de género se aplica como un requisito para la inscripción, por lo que el incumplimiento de la misma significa la no procedencia de la inscripción dentro del proceso electoral. Pese a ello, «el proceso de verificación de cumplimiento de la cuota se realiza al momento de la inscripción, pero, puede ser el caso de que algunas candidatas sean tachadas o retiradas de la contienda electoral con lo que la cifra de cumplimiento podría disminuir y verse afectada al momento de desarrollarse la elección» (Llanos & Tello, 2012, p. 22).

En 2003, la Ley de Partidos Políticos incorporó además la cuota de género dentro de los partidos y señaló, en su artículo 26, que las listas de candidaturas para los órganos de dirección partidista deben incluir un número de mujeres u hombres

² La incorporación de la cuota de género estuvo en discusión desde inicios de la década de 1990. Se recibieron propuestas de organizaciones feministas y partidos políticos (Partido Popular Cristiano y Cambio 90-Nueva Mayoría) que diferenciaban en los porcentajes de la cuota. Sin embargo, el partido oficialista, contaba con mayoría en dicho espacio político y decidió aprobar la medida considerando la propuesta de sus congresistas.

³ Según el artículo 123 de la Ley Orgánica de Elecciones, se permite la inscripción de la lista al señalar que «la tacha declarada fundada respecto de uno o más candidatos de una lista no invalida la inscripción de los demás candidatos de ella, quienes participan en la elección como si integrasen una lista completa. Por este motivo, tampoco se invalida la lista «si falleciera o renunciara uno o más de sus integrantes».

no menor al 30%. De esta manera, se amplió la cuota de género a la organización interna de los partidos políticos. Los resultados de esta norma que rige la vida interna de los partidos siguen siendo limitados ya que, por ejemplo, en 2011, la dirección de los partidos políticos continuó siendo mayoritariamente de hombres (63%), pese a que la militancia de mujeres es mayor al 50% (Llanos & Tello, 2012).

El sistema electoral peruano refiere que la conformación del Congreso nacional se realiza en veintiséis circunscripciones múltiples, bajo el sistema de representación proporcional y con candidaturas en listas cerradas y desbloqueadas, dada la existencia del doble voto preferencial. Esta última característica permite que las y los electores puedan elegir a diferentes representantes políticos para la Presidencia y el Congreso, así como puedan elegir de forma directa y como máximo a dos de las o los candidatos, seleccionándolos dentro de sus listas, sin importar su posición dentro de ellas⁴. De esta manera, el sistema electoral configura una competencia no solo entre partidos sino también entre candidaturas dentro de una misma lista.

La característica del doble voto preferencial en la elección al Congreso peruano ha sido analizada respecto a su interacción con la cuota de género y su influencia para el incremento de mujeres en dicho espacio político. Se ha señalado que, pese a la existencia de este mecanismo, la ubicación como «cabeza de lista» suele ser relevante en el caso peruano debido a «una percepción positiva de la ciudadanía —mayor cercanía al partido, mayor capacidad o experiencia política— acerca de las personas que ocupan estos lugares o al uso de voto de arrastre que también está permitido en el diseño electoral, al marcar solo el símbolo del partido durante la votación» (2012, p. 58).

Los estudios sobre elecciones congresales de 2006 y 2011 han señalado que son muy pocos casos en los que se incorpora a las mujeres como «cabeza de lista». Mientras que en las elecciones de 2006 el porcentaje promedio de casos fue de 24% en todas las circunscripciones y partidos políticos (Dador & Llanos, 2007); en el segundo caso, esto es 2011, «este porcentaje disminuyó a 18,6%» (Llanos & Tello, 2012, p. 58). Otro estudio señala que, pese a estas dificultades —ubicación limitada de mujeres como cabeza de listas—, las candidatas siguen siendo altamente competitivas para ganar votos preferenciales en las elecciones congresales peruanas (Gallo, Sample & Schmidt, 2008). Sin embargo, este estudio también confirma que el ubicarlas como cabeza de lista permite tener un mayor voto preferencial para las candidatas (2008).

⁴ Ley Orgánica de Elecciones, ley 26859, artículo 21.

Tabla 1. La ley de cuota a nivel nacional y subnacional

| Año (aprobación de la ley) | Tamaño (mínimo, intermedio, paridad) | % | Mandato de Posición | Número | Enforcement (ausente, débil o fuerte) | Tipo de enforcement | Alcance (restringido o completo) | Válvula de escape (presente o ausente) | Estructura de voto |
|----------------------------|--------------------------------------|-----|---------------------|---------------------------|---------------------------------------|---------------------|----------------------------------|--|--|
| 1997 | Mínimo | 25% | Débil | «Cada 3 lugares, 1 mujer» | Ausente | | Restringido | Presente (con excepciones) | Lista cerrada, no bloqueada, voto preferencial doble desde 1994 |
| 2000 | Mínimo | 30% | Débil | «Cada 3 lugares, 1 mujer» | Ausente | | Restringido | Presente (con excepciones) | Doble voto preferencial opcional (salvo distritos de dos que es voto preferencial) |

Fuente: Freidenberg y Lajas García (2016).

4. ANÁLISIS DE LOS DATOS

4.1. La participación de las mujeres candidatas en las elecciones congresales de 2016

Aun cuando hubo dos candidatas presidenciales de las diecinueve inscritas, este bajo número contrasta con el gran apoyo electoral recibido por ambas candidatas, dado que entre Keiko Fujimori y Verónica Mendoza, sumaron más de la mitad de los votos válidos en la primera vuelta electoral. Junto a ellas, en las elecciones congresales de 2016, se presentaron 608 candidatas y solo 35 obtuvieron un escaño de los 130 posibles, frente a 1088 candidatos hombres, de los cuales 95 obtuvieron un escaño. De este modo, el actual Congreso está conformado por un 27% de mujeres frente a un 73% de hombres⁵.

Las diferencias entre el cumplimiento del porcentaje de la cuota de género exigida en el diseño electoral permiten dividir a las veintiséis circunscripciones electorales en dos grupos. Por un lado, los distritos electorales en los que el número de candidatas bordea el porcentaje de la cuota exigida de 30% a 40% —Moquegua, Lima, Cajamarca, Apurímac, Tacna, Arequipa, Ayacucho, Madre de Dios, La Libertad, Lambayeque, Pasco, Huánuco, Tumbes, Huancavelica y Cusco— y, por otro, los que cuentan con un porcentaje por encima de lo que exige la cuota de género de 40% a 50% —Amazonas, Áncash, Puno, Piura, Ucayali, Ica, Callao, Lima Provincias, Loreto y San Martín— (ver gráfico 1)⁶.

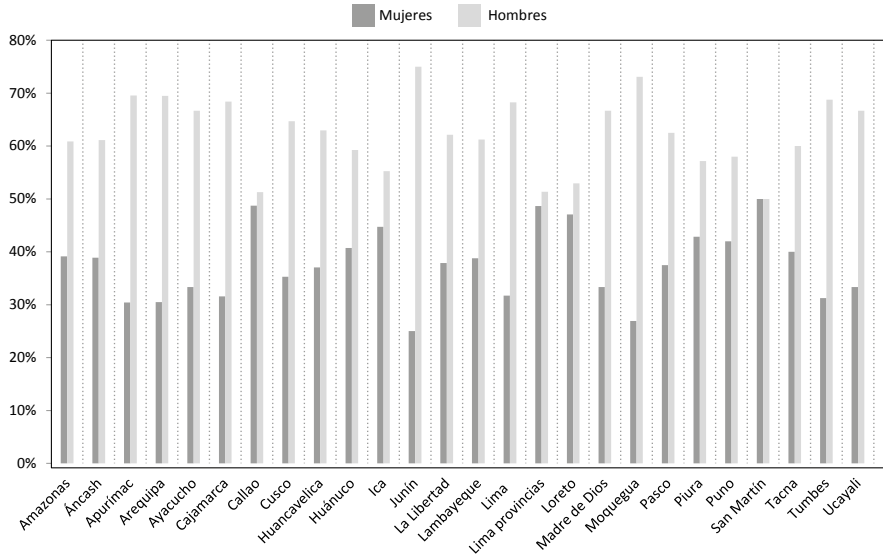
Fuerza Popular fue el partido político que presentó mayor número de mujeres candidatas como cabezas de listas, seguido de Acción Popular y Alianza Para el Progreso. Entre tanto, las candidaturas de Perú Nación y Perú Posible son las que no tuvieron ninguna mujer como cabeza de lista. En ese sentido, Perú Posible, uno de los partidos con mayor implantación territorial del país, dado que presentó candidaturas en veinticinco de los veintiséis distritos electorales, no incluyó ninguna mujer como cabeza de lista. Solo el 20% de las candidaturas presentadas en las elecciones de 2016 fueron lideradas por mujeres (ver gráfico 2)⁷.

⁵ Pese a estos resultados, que indican que no se superó la «masa crítica» del 30%, los datos son alentadores si se considera que se incrementa en 5% el porcentaje de congresistas mujeres frente al Congreso anterior (2011-2016).

⁶ Junín es el único distrito electoral que, de manera agregada, ha presentado menos candidatas (14%) de lo que la cuota de género exige dentro de las candidaturas. De esta forma, solo postularon ocho mujeres frente a 47 hombres de un total de cinco curules en disputa. Es decir que el 85% de las candidaturas fueron de hombres.

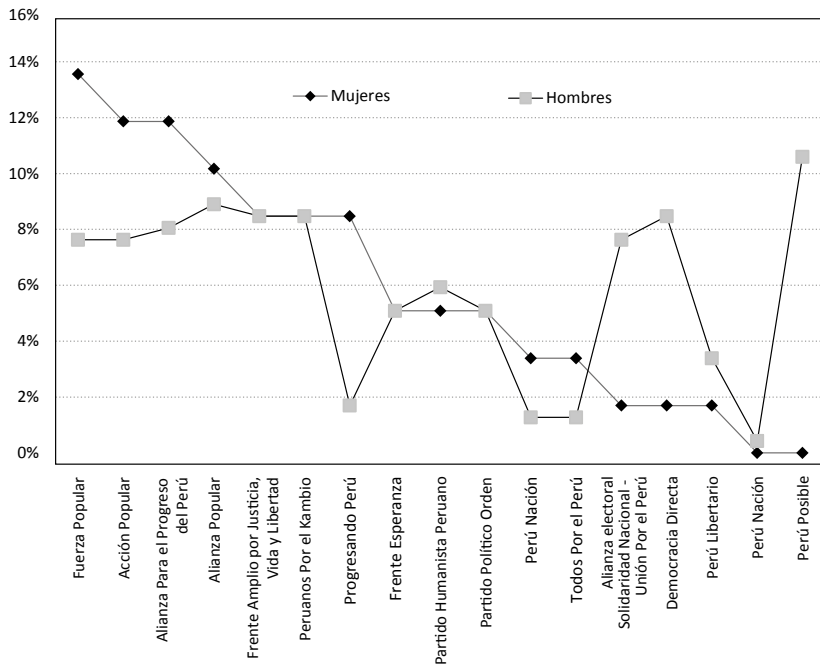
⁷ Estos datos parecen confirmar la tendencia de elecciones pasadas (2006 y 2011), en las que el porcentaje de mujeres que encabezaron las listas de candidaturas fue menor al 25% (Llanos & Tello, 2012), pese a que incrementó en 1,4% el promedio de la elección de 2006.

Gráfico 1. Porcentaje de candidatos y candidatas según departamento



Fuente: INFOgob.

Gráfico 2. Porcentaje de candidatos y candidatas que encabezan la lista de candidaturas según organización política



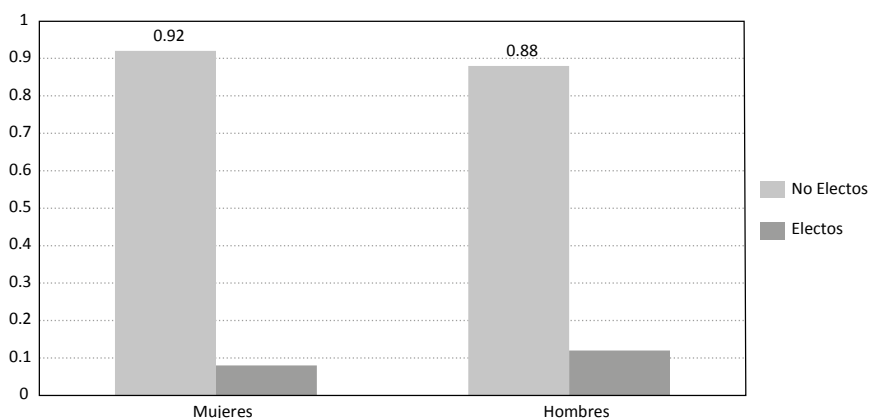
Fuente: INFOgob.

Los resultados de la elección congresal de 2016 muestran que la diferencia entre candidatos y candidatas que no fueron elegidos y elegidas, respectivamente, es de cuatro puntos porcentuales. De esta manera, de los 806 candidatos inscritos, 95 fueron elegidos y, de las 462 candidatas inscritas, solo 35 lograron un escaño

Los resultados de la elección congresal de 2016 muestran que la diferencia entre candidatos y candidatas que no fueron elegidos y elegidas, respectivamente, es de cuatro puntos porcentuales. De esta manera, de los 806 candidatos inscritos, 95 fueron elegidos y, de las 462 candidatas inscritas, solo 35 lograron un escaño legislativo (ver gráfico 3). Estos datos desmienten la idea bastante común que manifiestan los políticos respecto de que no hay mujeres dispuestas a participar en la política —más de 460 mujeres compitieron por 130 escaños— y corroboran las barreras institucionales, mediáticas y políticas que ellas enfrentan cuando postulan en sus candidaturas y hacen campaña electoral al Congreso peruano.

Como han señalado diversos estudios respecto al caso peruano (Uchuypoma & Zambrano, 2015; Tello & Llanos, 2012; Schmidt, 2003; Yáñez, 2001), existen barreras político-institucionales y socioculturales que influyen en las trayectorias políticas de las mujeres peruanas. Los datos además dan cuenta de la escasa «representación descriptiva» del Congreso peruano, es decir, de la baja capacidad de esta institución para ser espejo de una sociedad diversa, en la que las mujeres suponen casi el 50% de la población, pero solo han conseguido el 27% de la representación legislativa⁸.

Gráfico 3. Porcentaje de candidatas y candidatos electos en las elecciones de 2016



Fuente: INFOgob.

⁸ La «representación descriptiva» se refiere al número y las características de los dirigentes políticos que acceden a los cargos de representación. Se enfoca en la composición de las instituciones políticas y no en sus actividades (Franchescet, 2008).

Una de las limitaciones para el cumplimiento de la cuota de género se produce en el momento del registro de la lista, dado que esta se contabiliza al momento de la primera inscripción de las listas de candidaturas. Sin embargo, posteriormente, es posible que las listas sean tachadas, excluidas, renunciadas o declaradas improcedentes. Durante las elecciones de 2016, 149 candidaturas de mujeres no se lograron inscribir, lo que representa el 24% de todas las candidaturas. Esto contrasta con lo sucedido en las candidaturas de hombres, quienes no se lograron inscribir en 279 casos, lo que representó el 26%. Más allá de que las diferencias proporcionales señalan una mayor cantidad de candidaturas de hombres no inscritas, es necesario identificar cuáles son las principales causas para la no inscripción de las mismas.

En ese sentido, una de las principales razones de la no inscripción de las candidaturas de mujeres se encontró en la renuncia de las organizaciones políticas de sus listas de candidaturas durante el proceso electoral. Este fenómeno se presentó a partir del incentivo perverso de la legislación electoral que exige que se supere una barrera o valla electoral para mantener la inscripción de las organizaciones políticas. Dicha medida ha sido cuestionada ya que, en las últimas elecciones, esta normativa fue aplicada junto a otras que permitieron pasar la valla electoral, así un partido que no haya conseguido un escaño, pero se encuentre dentro de una alianza electoral, supere el 5% de votos en las elecciones al Parlamento Andino, haciendo uso del retiro de candidaturas. Como resultado de ello, de las veinticinco organizaciones políticas inscritas, solo seis pasaron la valla, pero solo cuatro perdieron su inscripción ante la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) (Tuesta, 2016).

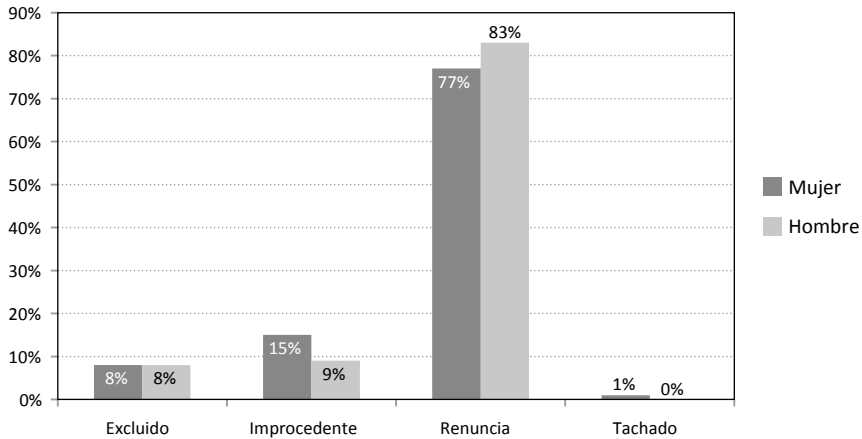
Los datos sistematizados señalan que el 82% de los candidatos y el 75% de las candidatas renunciaron a participar de la contienda electoral, después de haber estado inscritos. Esto se explica en la medida en que se presentaron mayor cantidad de candidaturas de hombres. Sin embargo, casi el doble de casos de candidaturas de mujeres (15% de candidatas frente a 9% de candidatos) no se inscribieron ya que fueron declaradas como improcedentes (ver gráfico 4).

4.2. Mujeres electas como congresistas en 2016

Las elecciones congresales de 2016 muestran que la mayor parte de las mujeres electas proceden del distrito electoral de Lima y Residentes del Extranjero (once casos), y representan poco menos de un tercio de la cantidad de las congresistas que integran el actual Congreso. Estos datos confirman el fenómeno de «limeñización» de la representación de las congresistas peruanas (Llanos & Tello, 2012; Schmidt, 2015), algo que parecía haber disminuido en la elección congresal de 2006 (Llanos & Tello, 2012), pero que vuelve a ser recurrente en las últimas dos

elecciones congresales y que da cuenta de lo poco representativo de las mujeres peruanas.

Gráfico 4. Porcentaje de candidatos y candidatas no inscritos por exclusión, tacha, improcedencia y renuncia

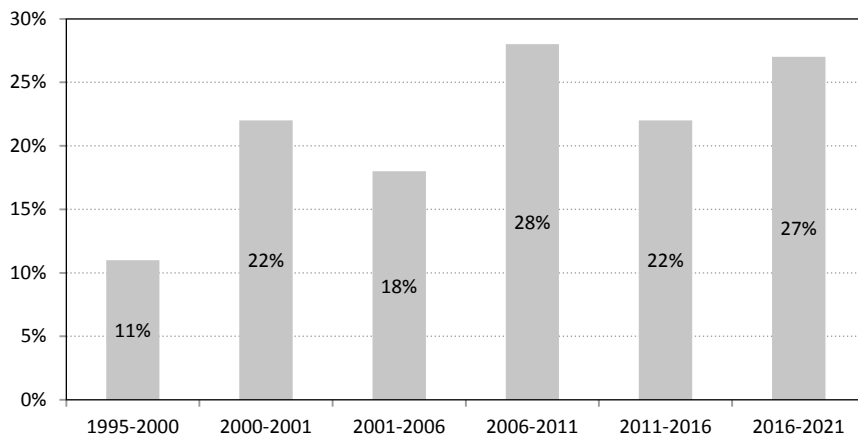


Fuente: INFOgob.

Los datos evidencian un incremento de 5% en la cantidad de mujeres que conforman el actual Congreso peruano. Sin embargo, también evidencian que no existe una tendencia lineal en el incremento del acceso de mujeres al Parlamento, dado que ha habido avances y retrocesos en la representación. Lo interesante es que desde la aprobación de la cuota de género en 1997 se ha triplicado el número de mujeres en el Congreso (ver gráfico 5), a pesar del doble voto preferencial que resulta más una barrera que un aliciente para la elección de mujeres. Esta evidencia abona la creencia en la literatura comparada (Jones, 2009) de que la existencia de la cuota es una condición necesaria para incrementar la representación política de las mujeres, pero no es una condición suficiente —y más si tiene un sistema electoral de voto preferencial que penaliza indirectamente la elección de mujeres—.

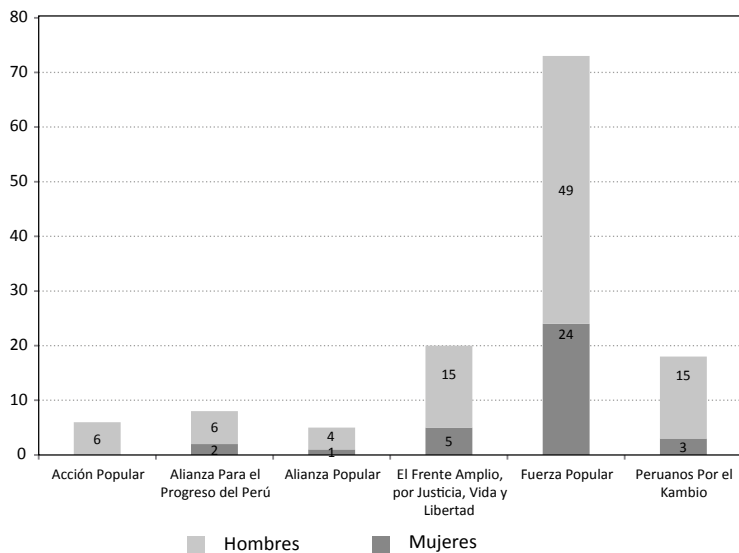
Si bien la mayoría de las congresistas pertenece a Fuerza Popular, el único partido político de los seis que ingresaron al Congreso que no cuenta con congresistas mujeres es Acción Popular. En todos los partidos políticos, la diferencia entre hombres y mujeres congresistas es por lo menos del doble. En Fuerza Popular, los congresistas duplican a las mujeres congresistas; en Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad y en Alianza Para el Progreso, los congresistas triplican a las mujeres electas; en Alianza Popular, los congresistas cuadruplican a las congresistas; y en Peruanos Por el Kambio, los congresistas quintuplican a las congresistas.

Gráfico 5. Porcentaje de congresistas mujeres desde la aplicación de la cuota de género por períodos congresales



Fuente: Jave y Uchuypoma (2013).

Gráfico 6. Número de congresistas según partido y sexo



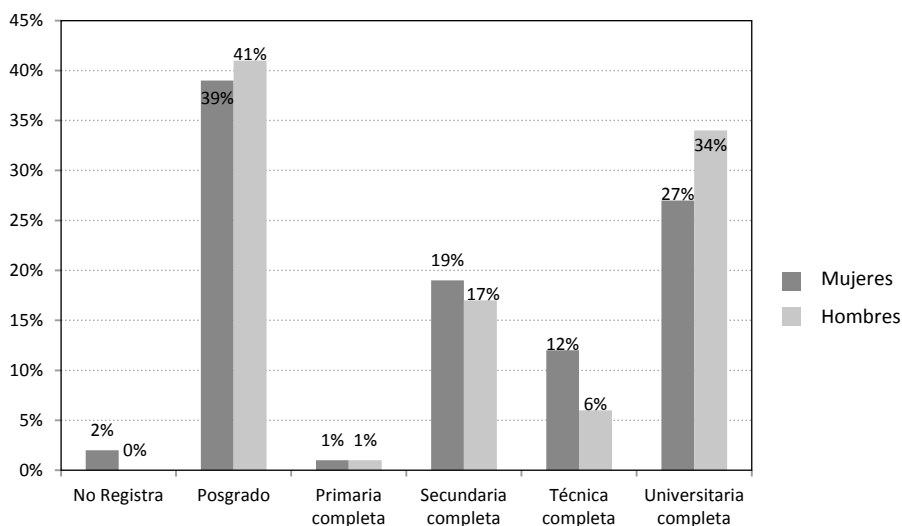
Fuente: INFOgob.

4.3. Perfil y trayectoria de las candidatas y los candidatos al Congreso peruano en 2016

El análisis del perfil y trayectoria de los candidatos y candidatas del reciente proceso electoral, así como de las candidatas exitosas contribuye a identificar los factores que incrementan las probabilidades de éxito electoral de las mujeres candidatas en el espacio legislativo nacional. La sistematización de las hojas de vida declaradas por las candidaturas durante el proceso electoral de 2016 permite construir el perfil de los candidatos y con ello conocer más sobre las probabilidades de representación sustantiva de los políticos respecto a sus representados⁹.

En el análisis del perfil de los candidatos, los datos confirman que los candidatos hombres cuentan con mayor nivel educativo en posgrado y pregrado universitario completo, mientras que las candidatas cuentan con mayores estudios técnicos y de secundaria frente a los candidatos (ver gráfico 7). Los datos mostrados a continuación señalan que casi el 70% de las candidatas cuentan con estudios superiores completos.

Gráfico 7. Porcentaje de nivel educativo de candidatas y candidatos en elección congresal de 2016

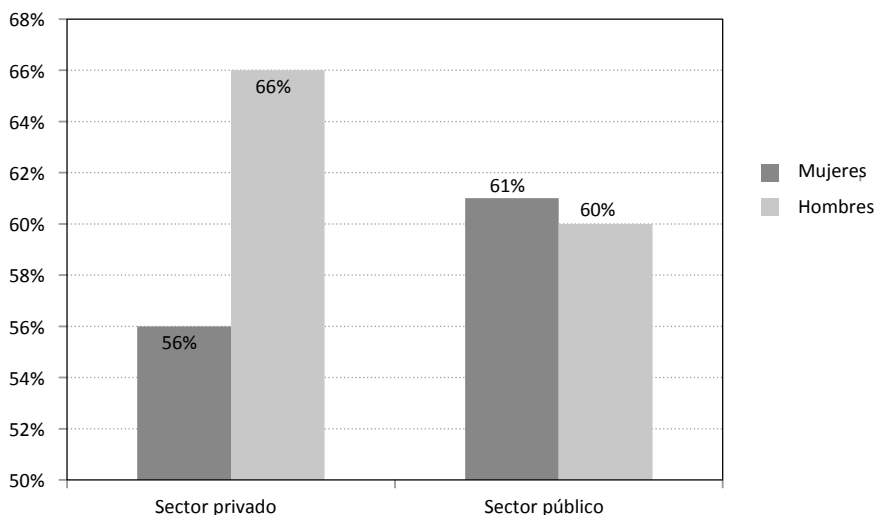


Fuente: INFOgob.

⁹ La «representación sustantiva» se refiere al «actuar en el interés de los representados»; la introducción de prioridades y de una agenda legislativa específica; es decir, se trata de establecer si una mayor presencia de mujeres en los órganos legislativos ha conllevado una diferencia en la aprobación de la actividad legislativa y de políticas públicas sobre igualdad de género.

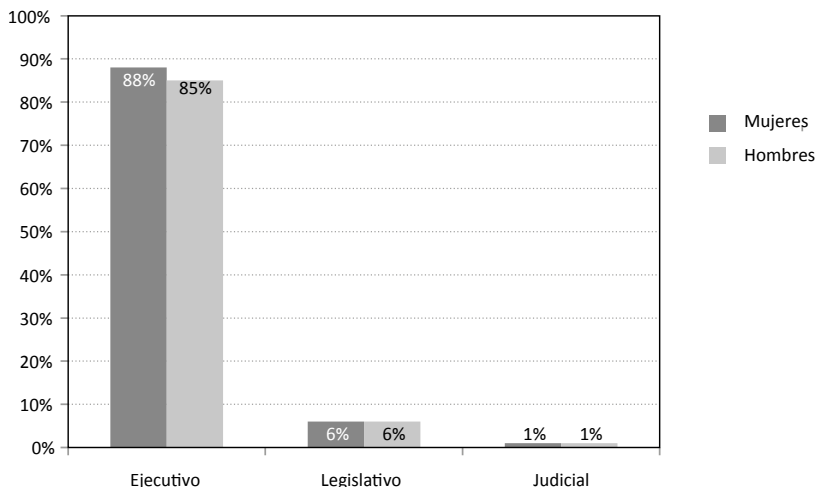
Los candidatos (1016) reportan más casos de experiencia laboral —en el sector público y privado— que las candidatas (539); sin embargo, estos datos también están influidos por la cantidad de candidaturas de hombres presentadas frente a las de mujeres. Además, las proporciones entre las candidaturas que cuentan con experiencia laboral son semejantes en ambos grupos —94% en las mujeres y 96% en los hombres— (ver gráfico 8). Sumado a ello, los candidatos presentan mayor experiencia laboral en el sector privado que en el sector público. Esta situación se produce a la inversa en el caso de las candidatas: más de la mitad cuenta con experiencia laboral en el sector público. La mayor cantidad de candidatos (85%) y candidatas (88%) que han reportado experiencia laboral dentro del sector público señala que esta se ha producido en el Poder Ejecutivo. Las candidatas y los candidatos presentan igual proporción de casos con experiencia laboral en el Poder Judicial y el Legislativo (ver gráfico 9).

Gráfico 8. Porcentaje de experiencia laboral de candidatos y candidatas que participaron en la contienda electoral de 2016



Fuente: INFOgob.

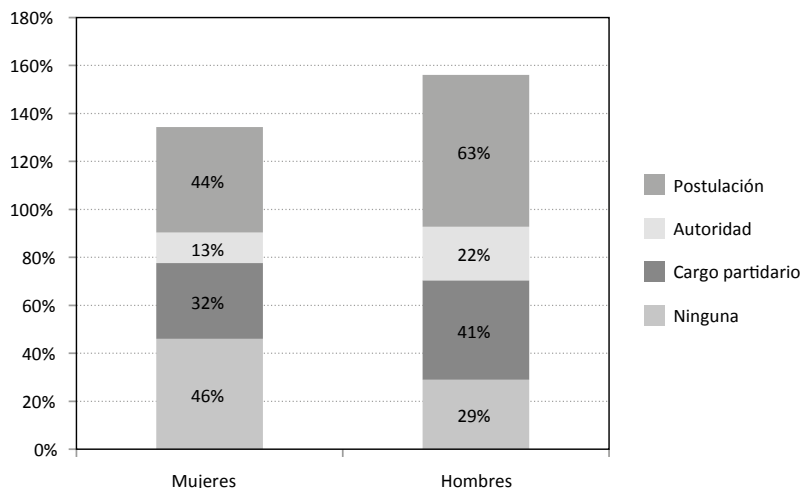
Gráfico 9. Porcentaje de experiencia laboral en el sector público de candidatos y candidatas



Fuente: INFOgob.

Las candidatas cuentan con menos experiencia política reportada frente a los candidatos en las elecciones congresales de 2016, ya que el 46% de ellas reporta no tener ninguna experiencia política previa a su candidatura, frente a un 29% reportado entre los candidatos. En ambos casos, la mayor experiencia política se ha realizado mediante la postulación a un cargo de autoridad previamente, seguida por el haber asumido un cargo partidario y, finalmente, haber ejercido un cargo de autoridad. Los datos nos muestran que menos de la mitad de las candidatas han postulado anteriormente a un cargo de representación, mientras que más del 60% de los candidatos hombres sí ha postulado anteriormente. La diferencia entre unos y otros es de veinte puntos porcentuales. De igual forma, el porcentaje de candidatos que reportan experiencia política en el ejercicio de un cargo de autoridad es de casi el doble —23% frente a 12%— de las candidatas (ver gráfico 10).

Gráfico 10. Porcentaje de experiencia política de candidatos y candidatas que compitieron en la elección de 2016

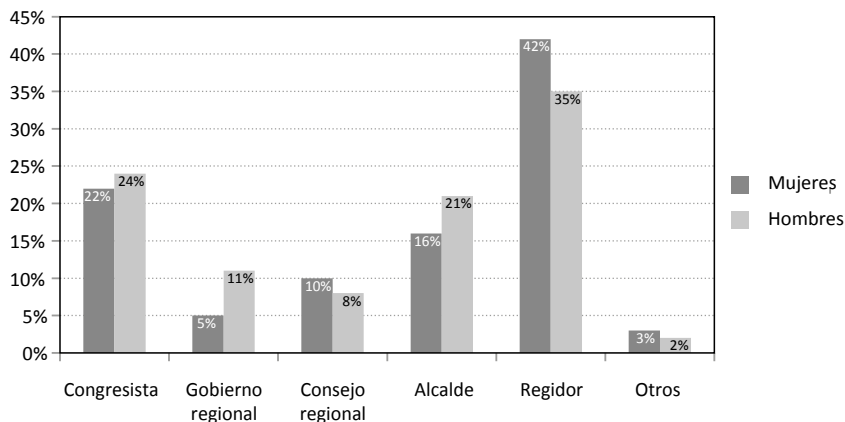


Fuente: INFOgob.

Tanto los candidatos como las candidatas han postulado mayor cantidad de veces al cargo de regiduría —provincial y distrital—, aunque las candidatas mujeres reportan un 7% por encima que los candidatos hombres. En segundo lugar, los datos muestran las postulaciones como congresista, aunque en este nivel los candidatos reportan, ligeramente, más postulaciones que las mujeres. Las candidatas cuentan con mayor experiencia en postulaciones al cargo de regiduría y consejo regional frente a los candidatos hombres; mientras que los candidatos cuentan con mayor experiencia en postulaciones a los cargos de gobierno regional, alcaldía y Congreso (ver gráfico 11).

Los datos también parecen confirmar que la experiencia política previa de las mujeres se concentra, principalmente, en las instituciones legislativas —nacionales o subnacionales—, frente a los hombres que cuentan con una experiencia mixta en cargos de poderes Legislativo y Ejecutivo. Esto refuerza una hipótesis presente en la literatura, y bastante evidente en los datos comparados, que afirma que las mujeres suelen ser electas más para cargos colegiados —Congresos— que para cargos unipersonales —alcaldías—. Los datos de América Latina son evidentes en este sentido. Mientras la media de alcaldesas en la región alcanza el 12,3%, los de concejales superan el 27,7% (CEPAL, 2016; Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, s.f.).

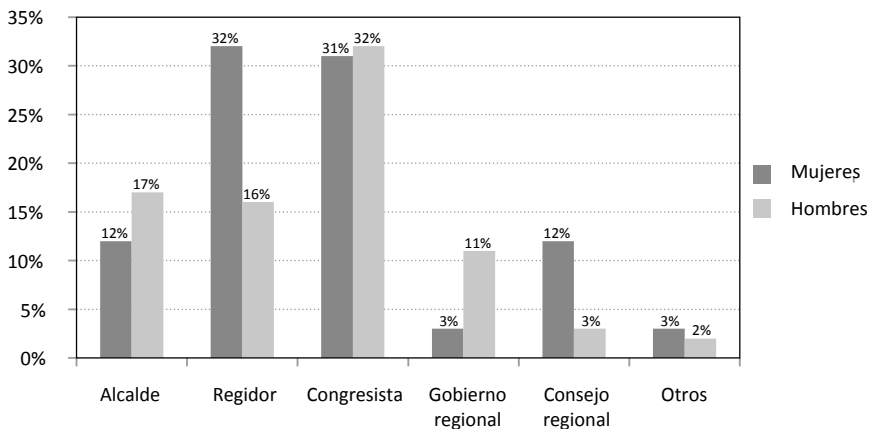
Gráfico 11. Porcentaje de experiencia política en postulaciones previas de candidatos y candidatas



Fuente: INFOgob.

Dentro de los que cuentan con experiencia política como autoridades, los candidatos hombres fueron fundamentalmente congresistas y las candidatas regidoras. Si bien las candidatas tienen una diferencia porcentual del doble por haber sido regidoras frente a los candidatos; estos casi triplican su experiencia como presidentes o vicepresidentes regionales y superan en 5% su experiencia como alcaldes —provinciales y distritales— (ver gráfico 12). Estos datos confirman que no solo las candidatas tienen mayor experiencia de postulación en cargos legislativos frente a las candidatas que cuentan con experiencias mixtas en dichos cargos y en cargos ejecutivos, sino que estas diferencias también se producen al ser elegidos como autoridades políticas.

Gráfico 12. Porcentaje de experiencia política como autoridades por parte de candidatos y candidatas



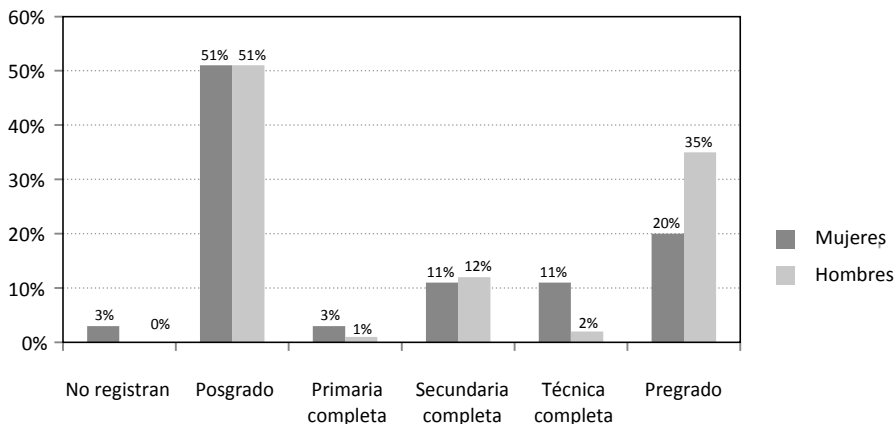
Fuente: INFOgob.

4.4. Perfil de las congresistas electas, 2016-2021

Todos los congresistas electos, independientemente de su género, reportan mayor cantidad de casos con estudios de posgrado y pregrado completos. Aunque, el nivel de estudios de posgrado es igual para ambos grupos; en el caso de los congresistas hombres, los estudios de pregrado representan el 35%, frente al 20% de las congresistas (ver gráfico 13). Los datos confirman las diferencias encontradas en el nivel de estudios de los candidatos y las candidatas ya que, pese a que el porcentaje con nivel de estudios de posgrado y secundaria se iguala en los hombres y las mujeres electos, las diferencias en el porcentaje de casos con nivel de estudios de pregrado y técnico se mantiene.

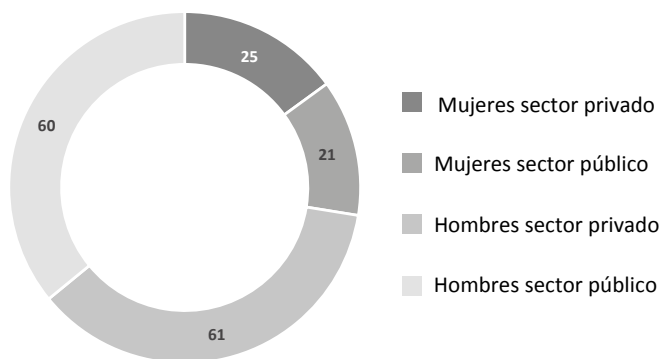
La mayoría de los congresistas electos, hombres y mujeres, han reportado tener experiencia laboral previa en el sector privado; sin embargo, esta diferencia es mínima respecto a la experiencia previa en el sector público. Los datos indican que más del 70% de las congresistas reportan experiencia laboral en el sector privado y más del 60% en el sector público (ver gráfico 14). En otras palabras, las actuales congresistas mujeres tienen, en su mayoría, una experiencia que les permite conocer el funcionamiento del Estado, lo cual podría servirles como un recurso para el desarrollo de sus funciones legislativas. Esto incrementa su capital político y su conocimiento de las tareas como funcionario público.

Gráfico 13. Porcentaje de nivel educativo de los congresistas y las congresistas



Fuente: INFOgob.

Gráfico 14. Cantidad de congresistas con experiencia laboral en sector público y privado¹⁰

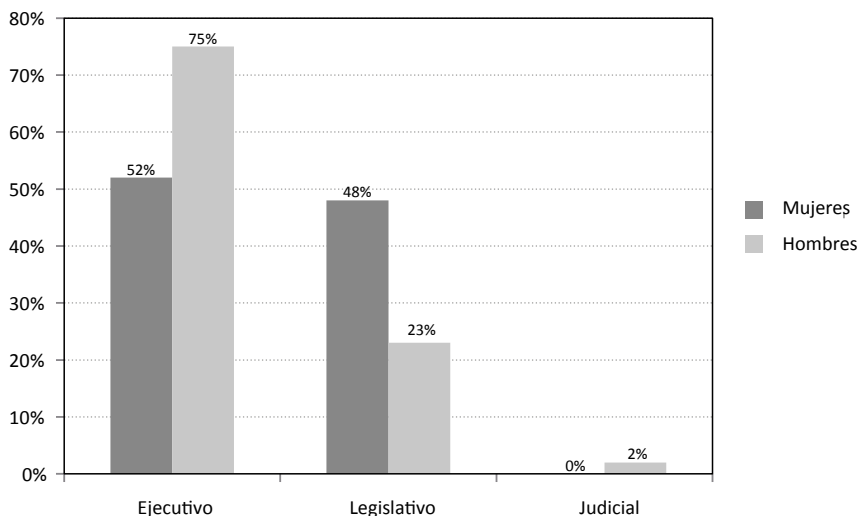


Fuente: INFOgob.

La mayoría de los electos han reportado que su experiencia laboral en el sector público se ha realizado en el Poder Ejecutivo; aunque, en el caso de las mujeres electas se trata de una diferencia mínima frente a la experiencia laboral en el Legislativo. Las congresistas no reportan, en ningún caso, experiencia laboral en el Poder Judicial a diferencia de los hombres que cuentan con este tipo de experiencia (ver gráfico 15).

¹⁰ Valores absolutos. El congresista o la congresista puede tener experiencia en ambos sectores.

Gráfico 15. Porcentaje de las y los congresistas con experiencia laboral en el sector público

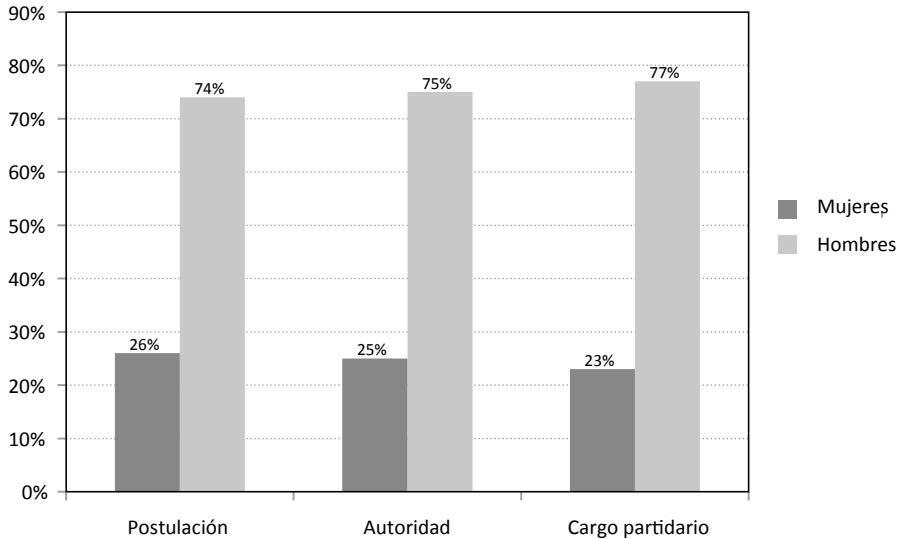


Fuente: INFOgob.

Estos datos contrastan con los señalados en el caso de las candidaturas, en los que la experiencia laboral dentro del sector público se concentra, predominantemente, en el Poder Ejecutivo —mayor a 85%—, mientras que en el Legislativo los porcentajes de candidaturas que reportaban esta experiencia eran del 6%. Esto resulta más relevante en el caso de las mujeres electas, ya que reducen los porcentajes del perfil de sus candidaturas con experiencia laboral en el Ejecutivo, de 88% a 52% e, incrementan, en su perfil de congresistas, su experiencia laboral en el Legislativo, de 6% a 48%.

Los congresistas presentan, de forma mayoritaria, más experiencia política que las congresistas (ver gráfico 16). En todos los tipos de experiencia política considerados en este artículo —de postulación, de cargo como autoridad o de cargo partidario—, los congresistas hombres presentan casi el triple de casos que las congresistas. Si bien en los perfiles de las candidaturas se había identificado una diferencia favorable para los candidatos respecto a cada uno de estos tipos de experiencia—casi el doble en el caso de cargo como autoridad y más de 10% en los cargos partidarios y de postulación—, en los perfiles de las y los congresistas estas diferencias se han incrementado y en cada tipo de experiencia los congresistas triplican la de las congresistas mujeres (ver gráfico 16).

Gráfico 16. Porcentaje de las y los congresistas según tipo de experiencia política

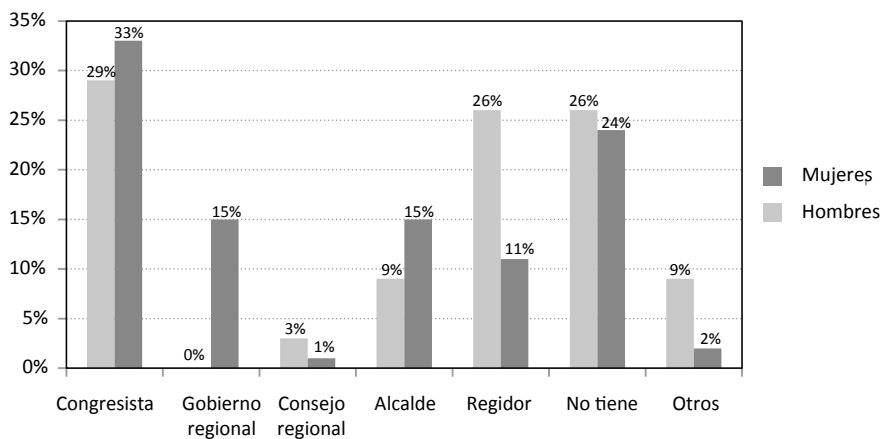


Fuente: INFOgob.

Las congresistas y los congresistas postularon en mayor cantidad de veces a este mismo cargo en elecciones anteriores (ver gráfico 17). Las congresistas han postulado mayormente al cargo de regiduría y, los congresistas, al cargo de alcaldía y gobierno regional. Los datos muestran que las congresistas no postularon nunca al gobierno regional —presidencia o vicepresidencia regional—. Estos datos confirman y repiten el perfil identificado en las candidaturas, en el que también las candidatas reportaban mayor experiencia de postulación en los cargos de regidurías y Congreso; mientras que los candidatos lo hacían en los cargos a la alcaldía y al Parlamento.

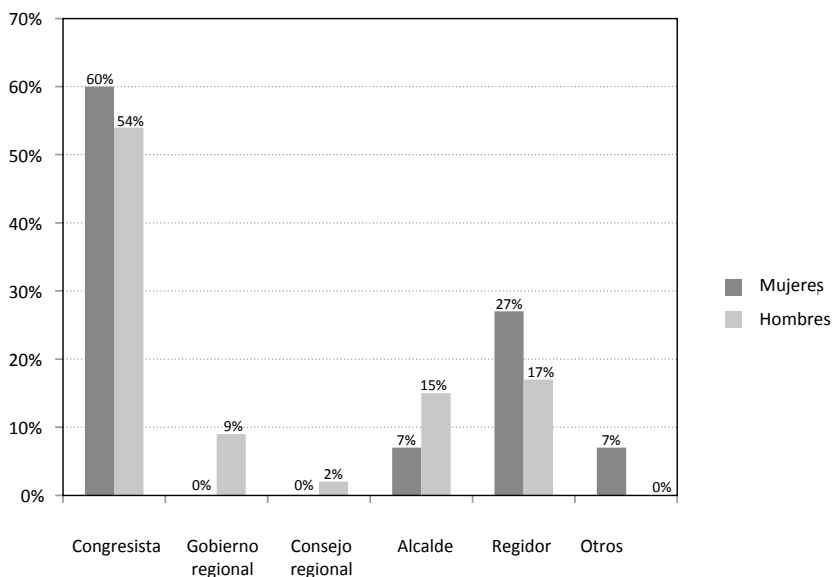
Los electos presentan mayor experiencia previa como congresistas y, en segundo lugar, como regidores o regidoras frente a otros cargos (ver gráfico 18). En ambos casos, las congresistas presentan mayores porcentajes de experiencia en cada uno de estos cargos; sin embargo, no tienen ninguna experiencia en los cargos de gobierno regional —presidencia y vicepresidencia regional y consejo regional—. De igual manera, presentan una mínima experiencia en cargos de alcaldía. En todos estos cargos, los congresistas sí presentan experiencia política. En ese sentido, estos datos confirman el perfil identificado en las candidaturas, las que también confirmaban los estudios señalados acerca de la especialización política de las mujeres en cargos legislativos frente a los hombres en cargos mixtos —legislativos y ejecutivos—.

Gráfico 17. Porcentaje de las y los congresistas según el cargo al que postularon anteriormente



Fuente: INFOgob.

Gráfico 18. Porcentaje de las y los congresistas según el cargo de autoridad ejercido previamente



Fuente: INFOgob.

Los perfiles descritos acerca de las candidatas, los candidatos, las congresistas y los congresistas han permitido identificar algunas diferencias en los niveles educativos, la experiencia laboral previa y la experiencia política previa. Estos datos han

confirmado que las trayectorias políticas de las mujeres se concentran en ámbitos legislativos y que las mujeres, pese a tener iguales o mayores niveles educativos y de experiencia laboral, no son incluidas en las candidaturas presentadas por las organizaciones políticas para los procesos electorales y, por ende, siendo elegidas como autoridades. Por ello, en el siguiente apartado se explora cómo han influido las variables identificadas en los perfiles de las candidaturas para la elección de congresistas en 2016.

5. TESTEO DE HIPÓTESIS: MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA POLÍTICA, LA EXPERIENCIA LABORAL Y EL NIVEL DE ESTUDIO

La regresión logística binaria da cuenta de la relación entre las variables de nivel educativo, experiencia política previa y experiencia laboral anterior sobre el éxito electoral de las mujeres congresistas en 2016. El modelo planteado por este artículo introduce estas variables y logra explicar la variable «Elección de las mujeres congresistas», ya que es estadísticamente significativo (Prueba Ómnibus, $p = 0.00$), aunque dicha explicación solo funciona para la variable dependiente en un 15,5%.

De esta manera, los resultados del análisis estadístico permiten rechazar todas las hipótesis planteadas al inicio de este artículo. Los resultados estadísticos muestran que la experiencia política previa en postulaciones ($p = 0.009$) es una variable significativa para la elección; sin embargo, tiene una influencia negativa o inversa al explicar la elección ($B = 0.236$). Así, a mayor experiencia política previa en postulaciones de las candidatas, menor probabilidad de haber sido elegida congresista en 2016. Estos datos se explican, en alguna medida, respecto a que existieron muchas candidaturas con postulaciones previas a los cargos de regiduría y que no fueron finalmente elegidas, por lo que ha incidido negativamente en el resultado del análisis.

Los hallazgos también evidencian que la experiencia política previa en cargos de autoridad es una variable significativa para la elección de las mujeres congresistas ($p = 0.000$), sin embargo, tiene una influencia negativa o inversa al explicar la elección ($B = -1.373$). Al incrementar este tipo de experiencia política, hubo menor probabilidad de ser elegido en 2016. Este resultado también parece explicarse en el hecho de que un número elevado de candidaturas que ocuparon cargos en regiduría o Congreso no lograron ser elegidos o elegidas como congresistas.

Contar o no con experiencia laboral no parece influir en la elección congresal de 2016 ($p = 0.999$); sin embargo, contar con experiencia laboral en un cargo dentro del sector público sí es significativo para ser electo ($p = 0.044$), ya que aumenta en 188,8% las probabilidades de ser congresista. Al analizar si alguno de los valores

específicos de este tipo de experiencia cargo en el Poder Ejecutivo, Poder Legislativo o Poder Judicial) tiene algún tipo de influencia en la elección, encontramos que ninguno de ellos resulta explicativo en sí mismo.

Los resultados estadísticos muestran que el nivel de estudios no es significativo ($p = 0.125$) en el resultado de la elección de 2016. En ese sentido, se rechaza la idea de que a mayor nivel de estudios influye positivamente en haber sido elegido o elegida. Esto se debería, en gran parte, a que la mayoría de las candidaturas reporta altos niveles de estudio —educación superior—, lo cual se ha replicado al analizar los perfiles de las congresistas y los congresistas.

Tabla 2. Variables en la ecuación

| | | B | Error estándar | Wald | Gl. | Sig. | Exp.(B) |
|---|----------------------------|---------|----------------|---------|-----|-------|--------------|
| Paso 1 ^a | Sexo | -0.014 | 0.343 | 0.002 | 1 | 0.967 | 0.986 |
| | Nivel educativo | 0.258 | 0.168 | 2.358 | 1 | 0.125 | 1.294 |
| | Cargo_ postulación | -0.236 | 0.090 | 6.860 | 1 | 0.009 | 0.790 |
| | Autoridad | 1.452 | 0.310 | 21.883 | 1 | 0.000 | 4.271 |
| | Cargo partidario | 0.293 | 0.311 | 0.890 | 1 | 0.345 | 1.341 |
| | Experiencia laboral | 18.373 | 19647.392 | 0.000 | 1 | 0.999 | 95302346.746 |
| | Experiencia privada | 0.320 | 0.311 | 1.057 | 1 | 0.304 | 1.377 |
| | Experiencia pública | 18.252 | 27959.153 | 0.000 | 1 | 0.999 | 84467460.983 |
| | Cargo_ experiencia pública | 0.635 | 0.315 | 4.071 | 1 | 0.044 | 1.888 |
| | Constante | -40.731 | 34172.127 | 0.000 | 1 | 0.999 | 0.000 |
| a. Variables especificadas en el paso 1: Sexo, Nivel educativo, Cargo_Postulación, Autoridad, Cargo partidario, Experiencia laboral, Experiencia privada, Experiencia pública, Cargo_Experiencia pública. | | | | | | | |
| Paso 1 ^a | Postulación | 0.941 | 0.210 | 20.078 | 1 | 0.000 | 2.562 |
| | Constante | -2.789 | 0.179 | 241.915 | 1 | 0.000 | 0.061 |

Tabla 3. Resumen de la ecuación

| | | B | Error estándar | Wald | Gl. | Sig. | Exp.(B) |
|-----------|------------------------------|-----------|----------------|---------|-------|--------|---------------|
| | Sexo(1) | 0.015 | 0.361 | 0.002 | 1 | 0.968 | 1.015 |
| Paso 1ª | Nivel educativo | | | 1.993 | 5 | 0.850 | |
| | Nivel educativo(1) | -41.766 | 48357.568 | 0.000 | 1 | 0.999 | 0.000 |
| | Nivel educativo(2) | -23.227 | 40193.615 | 0.000 | 1 | 1.000 | 0.000 |
| | Nivel educativo(3) | -22.946 | 40193.615 | 0.000 | 1 | 1.000 | 0.000 |
| | Nivel educativo(4) | -22.636 | 40193.615 | 0.000 | 1 | 1.000 | 0.000 |
| | Nivel educativo(5) | -22.450 | 40193.615 | 0.000 | 1 | 1.000 | 0.000 |
| | Cargo_postulación | | | 16.143 | 5 | 0.006 | |
| | Cargo_postulación(1) | -0.970 | 0.846 | 1.315 | 1 | 0.252 | 0.379 |
| | Cargo_postulación(2) | -0.677 | 0.907 | 0.557 | 1 | 0.455 | 0.508 |
| | Cargo_postulación(3) | -2.671 | 1.299 | 4.230 | 1 | 0.040 | 0.069 |
| | Cargo_postulación(4) | -1.066 | 0.873 | 1.489 | 1 | 0.222 | 0.344 |
| | Cargo_postulación(5) | -2.277 | 0.880 | 6.696 | 1 | 0.010 | 0.103 |
| | Autoridad(1) | -1.373 | 0.332 | 17.058 | 1 | 0.000 | 0.253 |
| | Cargo partidario(1) | -0.225 | 0.321 | 0.491 | 1 | 0.483 | 0.799 |
| | Experiencia laboral(1) | -18.536 | 19926.374 | 0.000 | 1 | 0.999 | 0.000 |
| | Experiencia privada(1) | -0.275 | 0.323 | 0.724 | 1 | 0.395 | 0.759 |
| | Experiencia pública(1) | -18.482 | 27112.687 | 0.000 | 1 | 0.999 | 0.000 |
| | Cargo_experiencia pública | | | 6.577 | 2 | 0.037 | |
| | Cargo_experiencia pública(1) | 18.348 | 14753.251 | 0.000 | 1 | 0.999 | 93019736.681 |
| | Cargo_experiencia pública(2) | 19.381 | 14753.251 | 0.000 | 1 | 0.999 | 261196924.585 |
| Constante | 4.453 | 42815.660 | 0.000 | 1 | 1.000 | 85.847 | |
| | Postulación(1) | -0.941 | 0.210 | 20.078 | 1 | 0.000 | 0.390 |
| Paso 1ª | Constante | -1.849 | 0.109 | 286.364 | 1 | 0.000 | 0.157 |

a. Variables especificadas en el paso 1: Sexo, Nivel educativo, Cargo_Postulación, Autoridad, Cargo partidario, Experiencia laboral, Experiencia privada, Experiencia pública, Cargo_Experiencia pública.

Tabla 4. Resumen de asociaciones con el resultado de la elección

| | Valor | Significancia |
|----------------------------------|----------|---------------|
| Sexo | -0.067* | 0.016 |
| Nivel educativo | 0.091 | 0.060 |
| Autoridad | 0.244*** | 0.000 |
| Cargos partidarios | 0.060* | 0.030 |
| Postulación | 0.128*** | 0.000 |
| Experiencia laboral | 0.038 | 0.175 |
| Experiencia privada | 0.031 | 0.274 |
| Experiencia pública | 0.019 | 0.499 |
| Cargos dentro del sector público | 0.239*** | 0.000 |

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Las pruebas de Chi-cuadrado, Phi, V de Cramer muestran que hay una asociación significativa ($p = 0.000$) entre las variables de postulación previa y haber sido elegido o elegida como congresista. De manera que el haber sido autoridad electa de manera previa a su candidatura en la elección de 2016 influye en la probabilidad de ser electa como congresista. No obstante, como hemos visto antes, esta influencia se desarrolla de manera inversa y por tanto disminuye la probabilidad de que haya sido elegida o elegido para el cargo.

La experiencia previa con un cargo partidista también influye en la elección como legisladora. Sí hay una relación entre haber tenido experiencia en cargos partidarios y el resultado de la elección. Las pruebas de Phi y V de Cramer son significativas ($p = 0.03$). Sin embargo, el valor que arrojan sus coeficientes es muy bajos en comparación con haber sido autoridad en un cargo de representación popular. Por otro lado, también hay una relación entre haber postulado previamente y haber sido elegido o elegida. Las pruebas de Chi-cuadrado de Pearson, Phi y V de Cramer arrojan una asociación significativa ($p = 0.000$) entre ambas variables. Empero, como se mostró en el modelo de regresión antes descrito, esta asociación tiene una relación inversa por lo que haber postulado previamente disminuye la probabilidad de haber sido elegido o elegida.

La experiencia laboral del candidato no se relaciona con haber sido electo. Se evidencia la independencia entre ambas variables, ya que las pruebas Chi-cuadrado, Phi y V de Cramer para este tipo de variables categóricas, muestran que no hay asociación significativa entre ellas ($p = 0.175$). Tampoco la experiencia laboral en el sector público ($p = 0.274$) o privado ($p = 0.499$) son significativas para influir en el

resultado de la elección como congresista. A pesar de que la experiencia en el sector público no se relaciona con la elección, haber ocupado un cargo en específico en el sector público sí tiene una relación con haber sido elegido o elegida. Las pruebas de Chi-cuadrado, Phi, V de Cramer arrojan un resultado significativo ($p = 0.000$) que rechaza la hipótesis de independencia entre sus valores.

Tabla 5. Resumen de variables explicativas

| | B | Sig. | Exp(B) | Error estándar |
|---------------------------------|----------|-------|----------|----------------|
| Sexo | -0.014 | 0.967 | 0.986 | 0.343 |
| Nivel educativo | 0.258 | 0.125 | 1.294 | 0.168 |
| Cargo de postulación | -0.236** | 0.009 | 0.790 | 0.090 |
| Autoridad | 1.452*** | 0.000 | 4.271 | 0.310 |
| Cargo partidario | 0.293 | 0.345 | 1.341 | 0.311 |
| Experiencia laboral | 18.373 | 0.999 | 95302347 | 19647.392 |
| Experiencia privada | 0.320 | 0.304 | 1.377 | 0.311 |
| Experiencia pública | 18.252 | 0.999 | 84467461 | 27959.153 |
| Cargo en la experiencia pública | 0.635* | 0.044 | 1.888 | 0.315 |
| Postulación | 0.941 | 0.000 | 2.562 | 0.210 |

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

6. CONCLUSIONES

El análisis de la participación política de las mujeres en la elección congresal de 2016 muestra que persisten algunas problemáticas respecto al funcionamiento de la cuota de género y en relación a los obstáculos que enfrentan las mujeres. Si bien se confirma la importancia de la cuota para incrementar la participación política de las mujeres, dado que sigue triplicando la presencia de las mismas en el Congreso desde su incorporación en el sistema electoral, también es necesario señalar que la interacción con algunos elementos del sistema electoral y el hecho de que sea una cuota débil pueden generar limitantes para ampliar sus alcances.

Se ha encontrado que el 24% de las candidaturas de mujeres no participaron del proceso electoral, debido, entre otras causas, al retiro de las listas de candidaturas por parte de sus organizaciones políticas, que buscaron priorizar la permanencia de su inscripción en el Registro de Organizaciones Políticas de la ONPE a la participación

dentro del proceso electoral. Otro ejemplo, es el de la ubicación de mujeres como cabeza de listas. Aquí, nuevamente, se encuentra que son aún pocos los casos (20%) en los que se ha preferido colocar las mujeres en estas ubicaciones dentro de las listas, lo cual también refleja una falta de confianza por parte de las organizaciones políticas y una priorización de las candidaturas de hombres en los comicios electorales.

El análisis de los perfiles de las candidatas y las congresistas, en comparación a los de sus pares hombres, ha permitido confirmar las diferencias existentes en el desarrollo de las trayectorias políticas de los políticos en función de su género. Por ejemplo, se han confirmado datos como la experiencia política mixta de los hombres frente a las mujeres, quienes suelen especializarse en los ámbitos legislativos. También, se ha comprobado que las mujeres cuentan con altos niveles de estudios y de experiencia laboral previa —tanto en el sector público como en el privado—; sin embargo, siguen accediendo de manera limitada a las candidaturas y, por tanto, son elegidas en menor dimensión frente a los hombres. Finalmente, se han confirmado las débiles tasas de reelección y altas tasas de deserción de trayectorias políticas de las mujeres peruanas en el desarrollo de sus carreras políticas.

La evaluación de los factores que explicaron el haber sido elegido o elegida congresista en el año 2016 muestra que la experiencia política previa, la experiencia laboral previa y el nivel de estudios tiene una relación con la elección de una candidata. Sin embargo, la experiencia de haber sido autoridad o haber postulado tiene una relación inversa con el haber sido elegido o elegida; mientras que el contar con experiencia laboral en el sector público tiene una relación directa y positiva con haber sido elegido o elegida congresista. En el análisis estadístico se muestra que no hay una relación significativa entre contar con experiencia en el Poder Ejecutivo, Poder Legislativo o Poder Judicial y haber sido elegido o elegida.

Los resultados de las hipótesis planteadas motivan a replantear nuevos factores que podrían estar influyendo en la elección de las mujeres peruanas en el ámbito legislativo. Por un lado, algunos estudios han señalado la importancia de explorar variables como la opinión pública favorable al liderazgo político de mujeres (Valdini, 2013) y, por otro lado, se ha mencionado la necesidad de seguir estudiando la influencia de las coberturas de medios de comunicación durante las campañas electorales o el financiamiento político para las candidaturas de mujeres (Llanos, 2012) como factores que pueden llegar a incidir en el éxito electoral de las candidatas.

Este artículo permite delimitar los factores que no influyen en la elección de las mujeres peruanas en el ámbito legislativo nacional: la experiencia como autoridad, de postulación previa y el nivel de estudios. En futuros estudios será necesario incorporar nuevas variables en este análisis y, al mismo tiempo, evaluar cómo ello interactúa con otros elementos del diseño electoral. Los resultados respecto al cumplimiento de la cuota no son del todo alentadores, ya que confirman que

existen otras barreras —políticas, estratégicas, culturales o socioeconómicas— que no permiten que la cuota de género tenga un mayor impacto en la participación política de las mujeres peruanas.

Se espera que nuevas medidas, complementarias a la cuota de género, como lo son la Ley de Alternancia Política o la Ley contra el Acoso Político, sean discutidas y aprobadas en el nuevo período legislativo que se ha iniciado en 2016, con el fin de poder romper los techos que esos obstáculos suponen para el éxito electoral de las mujeres candidatas. Un sistema democrático no puede denominarse como tal si es que no cuenta con todos los grupos que integran la sociedad representado en las instituciones. Por eso no es una cuestión menor explorar las razones que llevan al éxito electoral de las mujeres candidatas.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, Sonia (1990). *Engendering Democracy in Brazil: Women's Movements in Transition Politics*. Princeton: Princeton University Press.
- Archenti, Nélica (2014). El proceso hacia la paridad en América Latina. Argentina y Costa Rica, experiencias comparadas. *Revista de Derecho Electoral*, 17, 304-332.
- Bareiro, Line & Lilian Soto (2015). *La hora de la igualdad sustantiva. Participación política de las mujeres en América Latina y el Caribe hispano*. México DF: ONU Mujeres.
- Bareiro, Line; Óscar López, Clayde Soto & Lilian Soto (2004). *Sistemas electorales y representación femenina en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL, Unidad Mujer y Desarrollo.
- Borner, Jutta, Mariana Caminotti, Jutta Marx & Ana Laura Rodríguez (2009). *Ideas, presencia y jerarquías políticas. Claroscuros de la igualdad de género en el Congreso Nacional de Argentina*. Buenos Aires: PNUD-Prometeo Libros.
- Caminotti, Mariana (2016). Cuotas de género y paridad en América Latina: mujeres, partidos políticos y Estado. En Flavia Freidenberg y Betilde Muñoz-Pogossian (eds.), *Reformas a las organizaciones de partidos en América Latina* (pp. 183-202). Lima: PUCP-OEA-Instituto de Investigaciones Jurídicas-UNAM-Sociedad Argentina de Análisis Político.
- Caminotti, Mariana, Santiago Rotman & Carlos Varetto (2011). Carreras políticas y oportunidades «generizadas» en la provincia de Buenos Aires, Argentina (1983-2007). *Revista POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 16(2), 191-221.
- CEPAL (2016). Participación en el poder y autonomía en los procesos de adopción de decisiones. En *Autonomía de las mujeres e igualdad en la agenda de desarrollo sostenible* (pp. 127-146). Santiago de Chile: CEPAL.

- Comisión Interamericana de Mujeres (2013). *La ciudadanía de las mujeres en las democracias de las Américas*. Estocolmo-Washington DC: IDEA Internacional-Comisión Interamericana de Mujeres.
- Dador, Jennie & Beatriz Llanos (eds.) (2007). *La igualdad esquivada una mirada de género a las elecciones generales 2006*. Lima: IDEA Internacional-Asociación Civil Transparencia.
- Dahlerup, Drude & Lenita Freidenvall (2005). Quotas as a «Fast Track» to Equal Representation for Women. *International Feminist Journal of Politics*, 7(1), 26-48.
- Equipo Latinoamericano de Justicia y Género (2011). *Detrás del número. Un estudio sobre las trayectorias políticas de mujeres y varones en las legislaturas argentinas*. Buenos Aires: ELA.
- Escobar-Lemmon, María & Michelle Taylor-Robinson (2005). Women Ministers in Latin American Governments: When, Where, and Why? *American Journal of Political Science*, 49(4), 829-44.
- Franceschet, Susan (2008). ¿Promueven las cuotas de género los intereses de las mujeres? El impacto de las cuotas en la representación sustantiva de las mujeres. En Marcela Ríos Tobar (ed.), *Mujer y política. El impacto de las cuotas de género en América Latina* (pp. 61-96). Santiago de Chile: IDEA Internacional-FLACSO-Catalonia.
- Freidenberg, Flavia (en prensa). ¿Por qué a las mujeres les cuesta tanto hacer política? Diagnóstico, obstáculos y buenas prácticas para mejorar la representación femenina en América Latina. En Karla Valverde (ed.), *Calidad de vida y ciudadanía*. México DF: UNAM.
- Freidenberg, Flavia & Sara Lajas García (2016). *¿Leyes vs. Techos! Evaluando las reformas electorales orientadas a la representación política de las mujeres en América Latina*. México DF: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
- Gallo, Máximo, Kristen Sample & Gregory Schmidt (2008). Las elecciones legislativas peruanas en 2006: un caso exitoso de cuotas con voto preferencial. En Marcela Ríos Tovar (ed.), *Mujer y política. El impacto de las cuotas de género en América Latina* (pp. 179-200). Santiago de Chile: IDEA Internacional-FLACSO-Catalonia.
- Hinojosa, Magda & Lorena Vázquez Correa (en prensa). Selección de candidaturas, partidos y mujeres en América Latina. En Flavia Freidenberg, Mariana Caminotti, Tomas Došek y Betilde Muñoz-Pogossian (eds.), *Mujeres en la política en América Latina: experiencias nacionales y subnacionales*. México DF: Tirant lo Blanch.

- Htun, Mala & Mark P. Jones (2002). Engendering the Right to Participate in Decision-Making: Electoral Quotas and Women's Leadership in Latin America. En Nikki Craske y Maxine Molineux (eds.), *Gender and the Politics of Rights and Democracy in Latin America* (pp. 32-56). Basingstoke: Palgrave.
- Jave, Iris & Diego Uchuypoma (2013). *¿Quién dijo que sería fácil? Liderazgo político de regidoras jóvenes en Lima Metropolitana*. Lima: IDEHPUCP y KAS.
- Jones, Mark P. (2009). Gender Quotas, Electoral Laws, and the Election of Women: Evidence from the Latin American Vanguard. *Comparative Political Studies*, 42(1), 56-81.
- Jones, Mark P., Santiago Alles & Carolina Tchintian (2012). Cuotas de género, leyes electorales y elección de legisladoras en América Latina. *Revista de Ciencia Política*, 32(2), 331- 357.
- Krook, Mona Lena & Pippa Norris (2014). Beyond Quotas: Strategies to Promote Gender Equality in Elected Office. *Political Studies*, 62, 2-20.
- Langston, Joy & Javier Aparicio (2014). *Why More Women Do Not Win Single-Member District Seats*. Foro internacional «Mujeres, política, democracia. Rompiendo los techos de cristal en América Latina», del 23 al 28 de marzo, Instituto de Iberoamérica de la Universidad de Salamanca.
- Llanos, Beatriz (2012). *Ojos que (aún) no ven. Nuevo reporte de ocho países: género, campañas electorales y medios en América Latina*. Lima: IDEA-ONU Mujeres.
- Llanos, Beatriz & Kristen Sample (2008). *30 años de democracia: ¿en la cresta de la ola? Participación política de la mujer en América Latina*. Estocolmo: IDEA.
- Llanos, Beatriz & Pilar Tello (eds.) (2012). *Igualdad: ¿para cuándo? Género y elecciones peruanas 2010-2011*. Lima: IDEA.
- Massolo, Alejandra (2007). *La participación política de las mujeres en el ámbito local en América Latina*. Santo Domingo: Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación de las Naciones Unidas para la Promoción de la Mujer.
- Norris, Pippa & Joni Lovenduski (eds.) (1993). *Gender and Party Politics*. Londres: Sage.
- Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe (s.f.). *Poder local: porcentaje de mujeres alcaldesas electas*. <http://oig.cepal.org/es/indicadores/poder-local-porcentaje-mujeres-alcaldesas-electas>. Fecha de consulta: 19 de setiembre de 2016.
- Phillips, Anne (1995). *The Politics of Presence*. Oxford -Nueva York: Clarendon Press-Oxford University Press.
- Piscopo, Jennifer (2014). Beyond Hearth and Home: Female Legislators, Feminist Policy Change and Substantive Representation in Mexico. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 23(2), 87-110.

- Piscopo, Jennifer (2015). States as Gender Equality Activists: The Evolution of Quota Laws in Latin America. *Latin American Politics & Society*, 57(3), 27-49.
- Pitkin, Hanna (1985). *El concepto de representación*. Madrid: CEC.
- Rodriguez, Denisse (2010). «¿Las mujeres hacen la diferencia?: Un análisis de la representación de intereses de género en el Congreso peruano actual». Tesis de Licenciatura, Facultad de Ciencias Sociales, PUCP.
- Rodríguez Gustá, Ana Laura & Nancy Madera (2014). *Estructuras de oportunidades, estrategias y agendas: las articulaciones en red de los movimientos de mujeres en América Latina y el Caribe*. Quinto Congreso Uruguayo de Ciencia Política, Montevideo.
- Roza, Vivian, Beatriz Llanos & Gisela Garzón de la Roza (2010). *Partidos políticos y paridad: la ecuación pendiente*. Estocolmo: IDEA Internacional.
- Salas, Carmen (2013). *¿Cuánto hemos avanzado? Un análisis de la participación política de las mujeres en los gobiernos subnacionales en América Latina y El Caribe*. Panamá: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Schmidt, Gregory (2015). *Are Open or Closed Lists Better for Women? A Comparison of Lima and the Provinces in Peru*. Octavo Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, del 22 al 24 de julio. Lima, Asociación Latinoamericana de Ciencia Política-PUCP.
- Schwindt-Bayer, Leslie A. (2009). Making Quotas Work: The Effect of Gender Quota Laws on the Election of Women. *Legislative Studies Quarterly*, XXXIV(1), 5-28.
- Tello Sánchez, Flavia Mabel (2009). «La participación política de las mujeres en los gobiernos locales latinoamericanos: barreras y desafíos para una efectiva democracia de género». Tesis de maestría, PRIGEPP-FLACSO.
- Tuesta Soldevilla, Fernando (2016). No paso la valla y me quedo. *Perú21*. Opinión. Lima, 1 de mayo. <http://peru21.pe/opinion/fernando-tuesta-soldevilla-no-paso-valla-y-me-quedo-2245310>. Fecha de consulta: 19 de setiembre de 2016.
- Uchuypoma, Diego & Gustavo Zambrano (2015). *Intersectando desigualdades. Participación política de mujeres indígenas a nivel subnacional en el Perú*. Lima: IDEHPUCP-KAS.
- Valdini, Melody (2013). Electoral Institutions and the Manifestation of Bias: The Effect of the Personal Vote on the Representation of Women. *Politics and Gender*, 9, 76-92.
- Waylen, Georgina (2007). *Engendering Transitions: Women's Mobilization, Institutions and Gender Outcomes*. Oxford: Oxford Scholarship Online.
- Yáñez, Ana María (2001). *Mujeres y política, el poder escurridizo. Las cuotas en los tres últimos procesos electorales*. Lima: Movimiento Manuela Ramos.

EQUIPOS EN CAMPAÑA

Verónica Ayala Richter

Enrique Patriau

INTRODUCCIÓN

Este artículo discute un tema relevante de las campañas modernas: los equipos que se encargan de conducir las estrategias de los partidos y candidatos durante las contiendas electorales. Las campañas son los esfuerzos organizados para informar, persuadir y movilizar; es decir, son aquellos procesos en los que se ponen en marcha una serie de recursos de diversa índole que incluyen la planificación y la ejecución de diferentes actividades (García Beaudoux, D'Adamo & Slavinsky, 2007, p. 20). Todo esto con la finalidad de ganar la mayor cantidad de votos posibles.

Al frente de todo este esfuerzo se coloca el equipo de campaña, integrado por un grupo de personas que, más allá de sus particularidades, tienen un objetivo en común: la victoria final. En ese sentido, se trata de una organización de carácter coyuntural que suele estar integrada por una mixtura de personas simpatizantes del partido en competencia y profesionales independientes que ofrecen sus servicios de consejería.

En el Perú, como en los demás países, los equipos de campaña adquieren gran relevancia en temporada de elecciones. Así, en este artículo se realiza un análisis detallado de cuál fue el rol que estos desempeñaron durante las elecciones generales de 2016. Para ello, se ha seleccionado a los partidos y alianzas que ocuparon las primeras cinco ubicaciones en los comicios presidenciales del 10 de abril (Peruanos Por el Kambio, Fuerza Popular, Frente Amplio, Alianza Popular y Acción Popular). La información expuesta se sustenta, sobre todo, en entrevistas en profundidad a personas que participaron de manera activa en las campañas de las agrupaciones mencionadas.

Estas entrevistas permiten establecer los criterios de selección de los miembros de los equipos de campaña, las líneas estratégicas que estos desarrollaron y la clase de relación que se estableció con el candidato presidencial y la organización política.

El texto está dividido en tres partes. En la primera se desarrolla un breve marco teórico con conceptos relevantes. La segunda, sobre la base del trabajo de campo realizado, profundiza en las características de los equipos de campaña de las elecciones presidenciales peruanas de 2016. Y en la tercera parte se ofrecen las principales conclusiones.

1. LAS CAMPAÑAS Y LOS EQUIPOS A SU CARGO: CONCEPTOS BÁSICOS

Las campañas electorales cumplen varias funciones en el mundo de la política. Como resulta evidente, la primera de todas es intentar influir a los ciudadanos para que respalden, mediante el voto, a una determinada opción (Trent & Friedenberg, 2000). Desde luego, según las preferencias del electorado, los retos serán distintos. Así, una campaña puede buscar reforzar las convicciones de los leales, atraer a quienes son más frágiles en sus convicciones, sembrar dudas en quienes —con algunos reparos— tienen pensado apoyar a una opción distinta, intentar seducir a los indecisos y, acaso lo más complicado, reorientar las preferencias de aquellos que dicen estar seguros de su decisión (García Beaudoux, D’Adamo & Slavinsky, 2007, p. 29). Por cierto, las campañas también son relevantes porque reafirman al sistema político democrático al incentivar la participación de la gente y fomentar un compromiso cívico (Norris, 1999). Para concluir, debe recordarse que es en el período de las campañas cuando los ciudadanos pueden informarse de las propuestas de quienes aspiran a ser electos en cargos de representación popular.

El inicio de las campañas políticas modernas, desde el punto de vista de la persuasión, se remonta a la campaña de Dwight Eisenhower, en 1952, para la Presidencia de los Estados Unidos. En ella se contrató por primera vez a una agencia de publicidad para ayudar al Partido Republicano a convencer a sus potenciales votantes a través de mensajes intensivos transmitidos por los medios de comunicación (Álvarez & Caballero, 1997, p. 135; Canel, 1998, p. 50). Aunque ya para esa época existían grupos de periodistas que acompañaban a los candidatos para cubrir sus acciones, la forma en que los partidos realizaban campañas políticas privilegiaba el contacto directo con los votantes mediante técnicas tradicionales como mítines, caravanas, *rallies*, visitas a las comunidades y puerta a puerta, distribución de afiches y panfletos, etcétera, que buscaban alcanzar una mayor extensión territorial (Canel, 1998; García Beaudoux & D’Adamo, 2006). Para que estas acciones tuvieran efecto, los partidos contaban con una estructura que les proporcionaba recursos humanos y financieros porque se apoyaba en una militancia que guardaba una fuerte identificación con la organización y, por ende, mantenían una alta lealtad en el voto.

Sin embargo, la situación cambió a partir de la década de 1950 con dos fenómenos importantes: la disminución de fidelidad partidaria en los electores y la expansión y protagonismo de los medios de comunicación como las principales plataformas para transmitir mensajes (Arriaga & Nava, 2016; Barranco, 2010; Crespo, 2008). En otras palabras, los medios empezaron a tomar el papel de mecanismo principal de mediación entre los partidos políticos y los ciudadanos durante las campañas electorales (Trejo, 2000; Canel, 1998).

Se sostiene que la pérdida de identificación de los votantes hacia los partidos políticos es consecuencia del declive de sus funciones tradicionales de socialización y representación. La primera, alude a la capacidad que tenían estas organizaciones para transmitir patrones, comportamientos, valores y pautas que permitían a sus militantes formar una identidad política propia en una época marcada por ideologías definidas (Mella, 1997, p. 44; García Cotarelo, 1991). La segunda función hace referencia a la representación de las demandas de determinados sectores sociales. Una de las causas en el debilitamiento de estas funciones fue una mayor complejidad social, que se vio reflejada en el aumento de las poblaciones que alcanzaron millones de personas. Por ende, estas sociedades son más heterogéneas y compuestas por grupos con demandas propias.

Ante este nuevo contexto los partidos tuvieron que agregar un mayor número de intereses en sus programas de gobierno lo que significó que lo ideológico pierda peso y desaparecieran las diferencias de fondo entre las agrupaciones, por lo que los ciudadanos ya no lograban distinguir entre una y otra organización (Barranco, 2010, p. 18; Riorda & Farré, 2012). De forma paralela, los medios de comunicación, como la radio y la televisión, lograron una mayor penetración y alcance, al punto que sus mensajes llegaron a miles de personas de manera indiferenciada (Canel, 1998; Trejo, 2000) y fue así que se convirtieron en un instrumento con potencial de mediación entre la esfera política y la social. La disminución de la identidad y fidelidad partidaria y la importancia alcanzada por los medios de comunicación obligó a los partidos a adoptarlos como las principales plataformas para captar un mayor número de votantes (Canel, 1998; García Beaudoux & D'Adamo, 2006). Para ello debieron adaptar sus estrategias a las herramientas de marketing político y a la elaboración de mensajes que se ajustaran a sus formatos.

Las formas tradicionales del «cara a cara» aún forman parte de las campañas contemporáneas —en especial las latinoamericanas— y conviven con estas nuevas técnicas de comunicación y posicionamiento de los candidatos; sin embargo, aquellas pasaron a un segundo plano para otorgarle un mayor peso a una «construcción mediática de la campaña» que tiene un alto impacto en los ciudadanos (García Beaudoux & D'Adamo, 2006; Tuesta, 2005; Crespo, 2008). La organización de los eventos de la campaña cara a cara está destinadas a las labores de proselitismo

y se apoyan en la estructura partidaria, sus comités locales y sus militantes; mientras que la dirección de la campaña mediática se encuentra en manos del aparato central del partido, que se encarga de convocar al equipo que va a desarrollarla (Tuesta, 2005).

La elaboración de una estrategia de campaña que incluya los estudios para identificar a los potenciales votantes, la creación de la imagen del candidato, el posicionamiento del candidato y del partido, la construcción de los mensajes, la publicidad, el despliegue del plan de medios, la creación de eventos noticiosos, la relación con la prensa, la aparición del candidatos y los voceros en los medios de comunicación, la participación en debates y foros, la elaboración de encuestas y su análisis, el seguimiento de la efectividad de esta estrategia, y la coordinación de eventos con los militantes y votantes requieren la conformación de un equipo de profesionales capacitados.

En este sentido, los equipos de campaña se han convertido en un departamento que puede abarcar —aunque no siempre— especialistas de diferentes disciplinas como comunicadores, publicistas, relacionistas públicos, profesionales en las ciencias sociales —sociólogos y politólogos—, periodistas, especialistas en marketing político, profesionales en la elaboración de encuestas, hasta administradores, contadores y asesores legales. Estos comandos evolucionaron hasta convertirse en una parte central de las campañas políticas (Del Rey Morató, 1996).

Esta dirección se encuentra a cargo del jefe de campaña, quien es el encargado de asesorar al candidato, delinear la estrategia general de la campaña y llevarla a cabo. También debe responsabilizarse de los aspectos organizacionales, económicos y de comunicación (ODCA, 2006; Maarek, 1995). Los candidatos, a veces en compañía de la dirigencia del partido, son los que asumen la selección de sus jefes del comando de campaña. Los elegidos pueden proceder tanto de las filas del partido, como no, y en cualquier caso ello implica ventajas o desventajas.

La ventaja de los asesores externos es que pueden brindar recomendaciones desde un punto de vista externo y más imparcial; en otras palabras, identifican los problemas y recomiendan soluciones sin tener de por medio intereses partidarios. La desventaja es que no conocen a fondo el partido político y, por ende, no tienen identificación con este lo cual podría conllevar a conflictos con miembros del comando político, debido al recelo que pueden despertar en estos últimos.

La ventaja de un jefe de campaña interno es que conoce la organización, a los dirigentes y los intereses de las facciones, por lo que tiene el manejo político suficiente para negociar con los líderes, tomar decisiones, considerando estas variables, y movilizar con mayor facilidad la maquinaria partidaria para ejecutar eventos y tareas de la campaña. La desventaja es que la política, negociación y toma de decisiones dentro del partido toma más tiempo del que se dispone para

una campaña electoral, que a veces requiere de decisiones rápidas o inmediatas (Maarek, 1995; ODCA, 2006).

Ya sea que los equipos de campaña sean reducidos o grandes, queda claro que adquirieron una importancia central para los partidos durante la etapa de las elecciones. El éxito del candidato depende mucho de cómo estos grupos lleven a cabo la campaña y se relacionan con la organización política.

2. METODOLOGÍA APLICADA

Dicho lo anterior, este artículo reflexiona sobre los equipos de campaña, tomando el caso peruano de ejemplo. Así, se analizaron cinco agrupaciones: Peruanos Por el Cambio, Fuerza Popular, Alianza Popular, Acción Popular y Frente Amplio. Los respectivos candidatos presidenciales de estas agrupaciones ocuparon los cinco primeros lugares en las elecciones generales del 10 de abril de 2016, correspondientes a la primera vuelta.

La información recolectada se sustenta en información publicada en medios de comunicación que se encargaron de cubrir la campaña electoral y, sobre todo, en una serie de entrevistas realizadas en Lima a informantes que participaron en la campaña. Para tal fin, se elaboró una guía de preguntas destinada a indagar sobre tres aspectos principales: cómo fue el proceso de conformación de los equipos de campaña, cuáles fueron las estrategias electorales que estos últimos desarrollaron y qué clase de relación se estableció entre esos equipos con el candidato presidencial y la agrupación política.

Los informantes pueden definirse como fuentes expertas de información (Marshall, 1996, p. 92). Poseen conocimiento y habilidades en determinadas materias que comparten a través de entrevistas o conversaciones más informales, permitiéndole al interesado obtener información a la que no podría acceder mediante otras vías (Gilchrist & Williams, 1999, p. 73). Se les escoge sobre la base de criterios estratégicos, tomando en cuenta aquello sobre lo que se desea averiguar (Tremblay, 1957, p. 689). En ese sentido, los informantes clave no suponen una muestra estadística del universo bajo análisis; se les elige, en cambio, porque son personas capaces de ofrecer un conocimiento especializado sobre un campo específico que es motivo de interés del investigador (Kumar, Stern & Anderson, 1993, p. 1634).

En el caso de este artículo, se ha recurrido a personas que tuvieron una participación relevante en los equipos de campaña de los cinco partidos analizados. Se realizaron nueve entrevistas, antes y después de la campaña. Los informantes accedieron a que las entrevistas fueran grabadas con el fin de poder transcribir las respuestas de la manera más exacta posible. Se ha respetado su anonimato.

2.1. Peruanos Por el Cambio: el caos del partido nuevo

La primera decisión clave del partido que terminó imponiéndose en las elecciones presidenciales fue adoptada bastante antes de que la campaña siquiera iniciara. El 15 de octubre de 2014, Pedro Pablo Kuczynski y sus colaboradores inscribieron de manera formal ante el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) a Perú +, luego de un trabajo de dos años para cumplir con los requisitos de ley. Sin embargo, aquel nombre no duraría mucho. Meses después, el 16 de febrero de 2015, en el marco de la Primera Asamblea Nacional Estatutaria del partido, se acordó cambiar el nombre a Peruanos Por el Cambio (PPK): «La gente creía que nos llamábamos PPK y había que adaptarnos a esa realidad» (entrevista a un dirigente de Peruanos Por el Cambio. Lima, marzo de 2015).

El rebautizo fue aprobado por la comisión política. Luego vino un período de conversaciones con movimientos regionales en la búsqueda de conseguir respaldos fuera de Lima. Al mismo tiempo, este partido se trazó el objetivo inicial de convocar a figuras políticas que pudieran proveerle de un mayor peso político¹. En su condición de partido en formación —más allá de que estuviese habilitado por el JNE para competir en las elecciones— carecía de personajes conocidos, a excepción de Kuczynski. Esta era una preocupación constante dentro de la organización (entrevista a un dirigente de Peruanos Por el Cambio. Lima, marzo de 2015).

Sobre la base del trabajo de campo realizado se puede afirmar que la característica principal de la campaña electoral de Peruanos Por el Cambio fue el desorden. Quienes participaron en ella admiten, incluso, que de no ser por la exclusión del candidato Julio Guzmán (Todos Por el Perú), debido al incumplimiento de estatutos internos partidarios, llegar a la segunda vuelta hubiese resultado una empresa muy complicada. En un sondeo de Ipsos Perú, publicado el 21 de febrero de 2016, Guzmán tenía el 18% de la intención de voto contra el 9% de Kuczynski:

Para ser honestos, la salida (de Guzmán) nos benefició porque no había forma de revertir la situación. Yo ya estuve en tres campañas y voltear una torta a menos de dos meses de la elección con alguien que te dobla la votación es casi imposible (entrevista a un dirigente de Peruanos Por el Cambio. Lima, agosto de 2016).

Las expectativas iniciales en el partido eran que el candidato presidencial accediera a la segunda vuelta con un 30% a 35% de votos en el nivel nacional (entrevista a un dirigente Peruanos Por el Cambio. Lima, marzo de 2015). La primera opción para que se haga cargo de la estrategia electoral fue el brasileño Luis Favre. Este llegó a tener reuniones de coordinación con el equipo de campaña

¹ Como Juan Sheput y Carlos Bruce, ambos exmilitantes de Perú Posible y actualmente congresistas.

—que integraron desde un inicio el congresista Gilbert Violeta y Jorge Villacorta, exfuncionario en el gobierno de Alejandro Toledo— pero su contratación no prosperó por desacuerdos económicos. En su lugar llegó el cubano-estadounidense Mario Elgarresta. Eso ocurrió en noviembre de 2015, cuando Kuczynski, todavía en segundo lugar, bordeaba un 16% de respaldo según Ipsos Perú, bastante lejos de las optimistas cifras que sus colaboradores más cercanos habían proyectado en un principio. Elgarresta duró tres meses en el cargo:

Él [Elgarresta] se va porque fracasó. Encontró al partido en 16%, ya en caída, pero eso no se solucionó y Pedro Pablo llegó a estar en 8%. Nunca se llegó a estructurar una estrategia adecuada. Se apostaba mucho a la publicidad, pero no al mensaje político. Una de las críticas que se le hizo a Elgarresta era que al mes de enero ni siquiera existía una frase fuerte que identificara la campaña del candidato, algo que sí tenían otros, como Keiko. No había nada que amalgamara a la campaña (entrevista a un dirigente de Peruanos Por el Kambio. Lima, agosto de 2016).

Elgarresta no se fue en silencio y en su cuenta de Facebook fustigó al entorno de Kuczynski. En su reemplazo, como jefe de campaña, fue nombrado el candidato a la Primera Vicepresidencia, Martín Vizcarra. Susana de la Puente también empezó a tener un papel más decisivo. El problema era que, muchas veces, las indicaciones podían cruzarse, lo que acentuaba el caos en un partido que no sabía bien cómo recuperar el espacio perdido:

Susana de la Puente se incorporó [...] y Martín Vizcarra es incorporado también al equipo como jefe. Pero nunca se llegó a organizar algo así como tareas claras, porque todo era muy desordenado. Villacorta y Violeta veían lo más operativo, la parte proselitista. Lo político, la parte del debate, la línea de respuesta política, digamos, la tenían Sheput y Bruce. Y para todo lo que tuviera que ver con recojo de fondos o proveer material estaba Susana de la Puente. En realidad, nunca hubo una reunión para preguntar cuál era la línea política. Vizcarra paraba viajando con el candidato [...]. Con Elgarresta tampoco había una estrategia clara, pero la diferencia era que con él la cosa al menos era jerárquica y todos esperaban sus instrucciones, mientras que en esta etapa ya cada uno podía actuar por iniciativa propia. La persona que yo creo que actuaba en realidad como jefa de campaña, porque movía a la gente era Susana de la Puente. Estimulaba, tenía mística. Hay un elemento clave siempre en una campaña: las ganas de ganar. Sin eso, no se puede [...]. Había líneas paralelas. Por un lado, Vizcarra; por el otro, De la Puente. Y en febrero llegó como asesor Maximiliano Aguiar, un argentino (entrevista a un dirigente de Peruanos Por el Kambio. Lima, agosto de 2016).

Como se ha explicado, en este partido existe la sensación de que el obligado alejamiento de Guzmán de la campaña fue, acaso, el ingrediente decisivo que permitió el acceso a la segunda vuelta. En esta etapa, al haber solo dos candidatos en disputa, el mensaje pudo enfocarse un poco mejor. Se apeló, entre otras cosas, a la idea de la experiencia que alguien como Kuczynski podía ofrecer. Eso sí, los problemas de coordinación se mantuvieron a raíz de que había varias personas con capacidad de decisión y que actuaban de manera autónoma. Aguiar despachaba con Vizcarra². En paralelo, se contrató al español Jordi Segarra, quien pasó a trabajar como asesor en la estrategia global:

En un momento, las personas con poder de decisión sobre la marcha de la estrategia y la campaña eran varias. Y hay que añadir a los asesores: [Jordi] Segarra, a través de Susana de la Puente, y [Maximiliano] Aguiar, a través de Vizcarra. Y por supuesto, había decisiones contradictorias, a cada rato. Yo a veces daba alguna directiva política para que alguien declare o responda, pero me decían: lo que pasa es que Vizcarra ha dicho esto, o De la Puente lo otro. Ese siempre fue el tema de fondo, las contradicciones [...]. Se ha ganado porque Dios es grande (entrevista a un dirigente de Peruanos Por el Cambio. Lima, agosto de 2016).

Si en la primera vuelta ayudó el retiro de Guzmán, en la segunda fue clave, en el análisis poselecciones, la denuncia por presunto lavado de activos contra Joaquín Ramírez, quien ocupaba la secretaría general de Fuerza Popular. Lo mismo ocurrió con la acusación formulada al candidato vicepresidencial de Fuerza Popular, José Chlimper, por la supuesta manipulación de un audio para desacreditar un testimonio que comprometía a Ramírez. Peruanos Por el Cambio ya había detectado por estudios internos que la apelación al pasado del gobierno de Alberto Fujimori no hacía mella en la candidatura de Keiko Fujimori. Estas nuevas acusaciones, en cambio, dieron un nuevo impulso final:

El mensaje del narcotráfico nos lo puso en bandeja el fujimorismo. Lo otro, lo de las esterilizaciones forzadas, por ejemplo, la gente ya lo había asimilado. Nada que vinculara al pasado calaba. Eso del gobierno del padre interesaba un comino. Era evidente que no le hacía daño a Keiko. Pero cuando ellos respaldaron a Joaquín Ramírez, cambiaron las cosas [...]. PPK ha tenido la suerte del ganador. Se fue Guzmán cuando ya era muy difícil alcanzarlo. En la segunda vuelta, el fujimorismo tenía varios puntos de ventaja y más dinero y no deslindaron con Joaquín Ramírez y encima Chlimper se equivocó con lo del audio. En los focus salía que la gente a Chlimper no lo soportaba, nosotros andábamos encantados con eso (entrevista a un dirigente de Peruanos Por el Cambio. Lima, agosto de 2016).

² Aguiar confirmó esto en una entrevista concedida al diario *El Comercio* (Ortiz, 2016).

Peruanos Por el Kambio es ejemplo de las complicaciones que atraviesa un partido nuevo y que se lanza a participar en elecciones, confiado en el arrastre de su candidato presidencial. Las optimistas estimaciones preliminares se chocaron con la realidad marcada por la desorganización, graficada, entre otros hechos, por la presencia de hasta tres asesores extranjeros (Elgarresta, Aguiar y Segarra), reflejo de las contradicciones que existieron a lo largo de la conducción de la campaña. A pesar de ello, Kuczynski resultó electo presidente. Variables coyunturales, desarrolladas líneas arriba, ayudan a explicar esta victoria.

2.2. Fuerza Popular: estructura ordenada, reacción tardía

En Fuerza Popular el equipo de campaña no es considerado un ente autónomo de la estructura partidaria. Los encargados de llevar adelante el esfuerzo electoral forman parte de la propia organización política. Este núcleo decisor estaba integrado por la candidata Fujimori junto con sus compañeros de plancha, José Chlimper y Vladimiro Huaroc. El coordinador general era Pier Figari, quien trabajaba de forma directa con los coordinadores regionales. A Ana Herz de Vega, en su calidad de secretaria de organización, también le correspondía un alto grado de responsabilidad. Ni Figari ni Herz aspiraban a cargo público alguno, por lo que pudieron dedicarse de lleno al esfuerzo electoral:

La organización del partido da pie a que no haya una estructura paralela de campaña [...]. Si tenía que ir a Piura para ir preparando todo para la presentación de la candidata, tenía que comunicarme con el coordinador de allá y ver reuniones, el tema logístico. Es decir, [en Fuerza Popular] no hay dos comandos, uno institucional y otro de campaña; no hay eso. Hay uno solo. El coordinador era Pier Figari, que trabajaba en forma directa con los coordinadores regionales. Aparte, estaba la señora Ana Herz, secretaria de organización. Ya encima de Figari estaba la propia Keiko (entrevista a un dirigente de Fuerza Popular. Lima, agosto de 2016).

En este comité se evaluaba la coyuntura política y se definía la agenda con las actividades proselitistas, que incluían los viajes fuera de Lima. En la medida en que las cifras de las encuestas eran favorables para la candidata presidencial, al menos en la primera vuelta, estas coordinaciones solían ser rápidas en un inicio. El panorama cambió con el pasar de las semanas:

En las reuniones se daban algunas pautas, aportes. Participaban entre unas ocho a diez personas. No eran reuniones complicadas, en la medida [en] que no hubiese temas candentes. O sea, las reuniones de las primeras semanas eran muy rápidas, expeditivas, alentadoras por las cifras que se analizaban de las encuestas. Pero claro, cada semana salía algo y había que afinar las respuestas

frente a algún ataque. Y mientras la campaña avanzaba, esas reuniones podían llegar a ser dos o tres por semana (entrevista a un dirigente de Fuerza Popular. Lima, agosto de 2016).

Además del equipo de campaña, Fuerza Popular contrató —en febrero de 2016— los servicios del asesor francés Jacques Séguéla. También sumó a un experto en manejo de redes sociales y se conformó a un equipo de voceros integrado por Pedro Spadaro, Luis Galarreta y Lourdes Alcorta. El problema principal fue que este pequeño equipo no se daba abasto. Una preocupación constante era lo que se decía en los medios de comunicación de provincias. Para establecer una agenda de respuestas diarias, los coordinadores regionales estaban en permanente comunicación con Lima. A pesar de que la demanda era intensa, no se optó por nombrar a más voceros:

Yo dormía poco porque me acostaba muy tarde y me levantaba tan temprano, y luego estaban las reuniones. Era todo el día. En cierto momento yo habré dado unas quince a veinte entrevistas diarias. Lo que pasa es que a veces puedes tener mucha gente [en el partido], pero no quiere decir que todos transmitan lo que el partido necesita decir. Hay gente que se hace entender mejor, digamos (entrevista a un dirigente de Fuerza Popular. Lima, agosto de 2016).

Con las encuestas en la mano, en Fuerza Popular se sabía por anticipado que el ingreso a la segunda vuelta estaba asegurado. Confirmado esto con los resultados oficiales del 10 de abril, Keiko Fujimori, en una presentación pública, anunció el eslogan de su candidatura para esta nueva etapa: «El futuro está en marcha». La idea era insistir en la necesidad de dejar atrás el pasado. Por cierto, desde bastante antes que la campaña siquiera calentara, en el partido se hablaba sobre la necesidad de ofrecer una imagen menos anclada en el recuerdo del gobierno de Alberto Fujimori. Como ejemplo, se sugirió la necesidad de organizar congresos y así evaluar errores cometidos por el fujimorismo en materia de justicia y derechos humanos (entrevista a un dirigente de Fuerza Popular. Lima, noviembre de 2014). Es más, en octubre de 2015, en la Universidad de Harvard, Keiko Fujimori tuvo una muy comentada presentación porque mostró un cambio de discurso en temas como el de la Comisión de la Verdad y Reconciliación, pues admitió que dicha institución tuvo un trabajo «positivo» (Vizcarra, 2015)³.

Lo anterior se complementó con el interés en mostrar que la candidata era alguien joven y capaz de recorrer todo el país. Esta fortaleza física fue puesta en

³ Este discurso se complementó con otras decisiones, como la de excluir en la lista de postulantes al Congreso a figuras «históricas» del fujimorismo, como Martha Chávez, Luisa María Cuculiza y Alejandro Aguinaga.

relieve como un elemento diferenciador, sobre todo si se tomaba en consideración la amplia diferencia de edad frente al rival por vencer, el actual presidente Pedro Pablo Kuczynski. La victoria parecía inminente cuando las denuncias por lavado de dinero contra el entonces secretario general de Fuerza Popular, Joaquín Ramírez, comprometieron la imagen del partido en un tema muy sensible como es el narcotráfico. La situación se agravó cuando José Chlimper, candidato vicepresidencial, se vio envuelto en la presunta manipulación de un audio que involucraba al propio Ramírez. Exmiembros del equipo de campaña reconocieron que debieron responder con mucha mayor contundencia y celeridad:

Se cometieron errores que, sin duda, pesaron para que no ganáramos. Queda esa desazón. A nivel interno nos equivocamos, más allá de lo que hicieron nuestros rivales. Y pesaron varios temas, como no salir a responder de forma oportuna y contundente algunas cosas que se tejieron en ese momento y nos imputaron. Hubo momentos en que se salió tarde y eso fue mal visto por los ciudadanos y eso pesó. Sabíamos que nos iban a atacar por el lado de Alberto Fujimori. Eso era claro. Y por eso desde la primera vuelta se evidenció que la estrategia de los demás era encasillarnos ahí. En una campaña uno debe colocarse en todos los escenarios. [Sobre la denuncia de lavado de dinero] no estuvimos preparados para responder con mayor contundencia. Ese tema nos sorprendió. En un momento nos miramos las caras y dijimos: ¿Qué hacemos? (entrevista a un dirigente de Fuerza Popular. Lima, agosto de 2016).

La candidatura presidencial de Keiko Fujimori se empezó a gestar con mucha anticipación. Por existir una organización más estructurada, en Fuerza Popular no se evidenció el desorden que se ha podido observar, por ejemplo, en Peruanos Por el Cambio. Las tareas estaban bien distribuidas, al menos sobre el papel. Sabiendo de antemano que se llegaría a la segunda vuelta, el comando de campaña tuvo el tiempo necesario para intentar perfilar, de la mejor manera posible, la estrategia en esta etapa decisiva. El lema «El futuro está en marcha» respondía a la intención de contener lo que en el partido se consideraba el flanco más débil, esto es, la herencia del régimen fujimorista de la década de 1990 y la insistencia de los rivales por relacionar a Keiko Fujimori con su padre. Pero mientras en Fuerza Popular luchaban a diario por distanciarse del pasado y proyectar una imagen optimista, las denuncias en contra de altos dirigentes cayeron sin advertencia. Una respuesta tardía y no concluyente contribuyó con la derrota final.

2.3. Alianza Popular: los límites de un equipo integrado por candidatos

En las elecciones de 2016, el APRA (a través de una alianza política) postuló por cuarta vez a Alan García como candidato presidencial. Ganó en 1985 y 2006 y en 2001 pasó a la segunda vuelta, en la que perdió contra Alejandro Toledo. Si bien dentro de la organización siempre se le consideró como el «candidato natural»⁴ por su arrastre electoral, la conveniencia o no de que intentara convertirse presidente de nuevo fue motivo de debate dentro del partido. Esto lo confirmaron los dirigentes entrevistados para este artículo. La indecisión partía, incluso, de García:

El tema primero fue decidir si iba o no iba Alan. Por momentos decía «voy», por momentos decía «no voy». Esa fue la discusión casi todo el 2015 hasta agosto o setiembre. No tenía una conciencia errónea del Perú, él sabía que iba a ser muy difícil. Él decía que el APRA no mostraba nada nuevo, empezando por él mismo (entrevista a un miembro de la comisión política de Alianza Popular. Lima, julio de 2016).

Aceptado el reto, el siguiente tema de discusión consistió en cómo ofrecer una alternativa electoral que permitiera competir con éxito. En ese contexto, y a insistencia del candidato, se estableció la alianza con el Partido Popular Cristiano, bautizada como Alianza Popular, y con Lourdes Flores Nano como candidata a la Primera Vicepresidencia. Se pensaba dentro del APRA que la presencia en la plancha presidencial de alguien como ella permitiría diluir la resistencia en el electorado. Debe recordarse que el partido llegaba muy golpeado —entre otros motivos— por el caso de los llamados «narcoindultos», muy difundido en los medios. En este contexto, que Flores Nano, exrival acérrima de García y dueña de una aceptable imagen pública, aceptara postular fue considerado en el aprismo como una gran oportunidad:

La filosofía de Alan era que necesitábamos a alguien que nos limpie, que nos haga romper el cerco. Según él, la historia del APRA es la de tratar de romper el cerco para crecer. Y ahí aparece la figura de Lourdes Flores. La verdad no vi ni escuché ningún argumento consistente en su contra. Al contrario, se consideró que el tema Lourdes era un triunfo y un preámbulo hacia la victoria, porque es una mujer incuestionada. Una exenemiga iba ahora con Alan (entrevista a un miembro de la comisión política de Alianza Popular. Lima, julio de 2016).

⁴ Así lo definieron diferentes dirigentes apristas, entre otros el congresista Javier Velásquez Quesquén (El Comercio, 2015).

La campaña la condujo la llamada comisión política, que es el organismo responsable de la marcha del partido. La integraban —entonces— García (quien la presidía); los congresistas electos Jorge Del Castillo, Mauricio Mulder y Javier Velásquez Quesquén; la excongresista y exministra Nidia Vílchez; el ex gobernador regional de Ayacucho Omar Quesada; el exdirector de Sedapal Carlos Arana; el exviceministro Javier Barreda; y el publicista Hugo Otero. Todos ellos se reunían para decidir sobre la marcha del esfuerzo electoral. Aparte, existía un comité mixto, conformado por miembros de los dos partidos aliados, aunque el peso real lo asumía la comisión política del APRA, el partido que contaba con mucha mayor capacidad de movilización en el nivel nacional⁵. La parte más operativo-logística de la campaña corría a cargo Arana y Quesada:

El gran peso de la campaña la llevó el APRA, mientras que el PPC no aportaba lo que nosotros esperábamos que aportase. García mismo consideraba que Lourdes, más que el PPC, era el gran aporte, por sus anteriores votaciones. Pero el tiempo pasa y las cosas cambian, ¿no? Las cifras antiguas eran referenciales, pero no reales. Nuestro análisis era que García consolidaría el voto aprista y Lourdes, con su aporte de un 20%, nos haría pasar a la segunda vuelta, de todas maneras. Pero eso era en el papel, no era en la realidad social, no en la verdad de los votos. El análisis de lo que pasaba en el Perú no fue más agudo que esa visión (entrevista a un miembro de la comisión política de Alianza Popular. Lima, agosto de 2016).

La estrategia de campaña, coinciden los dirigentes entrevistados, la pensó García. No hubo detrás un estudio profesional de la realidad social peruana y de sus demandas. La comisión aprista se amparaba en el reconocido talento político de su candidato, que había ganado ya dos veces la presidencia. De hecho, el lema principal de campaña, «Alan, el voto seguro», se le ocurrió a él. Asimismo, Ricardo Ghibellini aportaba en el campo de la producción publicitaria. García, a su vez, se apoyaba en Flores Nano y se repartían el trabajo. Su relación era bastante fluida y coordinaban de manera permanente. Pero los resultados estaban muy lejos de lo que se esperaba. Las encuestas de intención de voto así lo reflejaban⁶. En realidad, el candidato presidencial comprendía la situación:

⁵ La Alianza Popular también incluía a Vamos Perú, partido que lidera el alcalde del Callao, Juan Sotomayor. Su aporte fue escaso.

⁶ Víctor Díaz, director de Idice, se reunía de vez en cuando con García. No obstante, los entrevistados precisan que los sondeos que esta empresa realizaba, y que colocaban al candidato con una intención de voto mayor, despertaban dudas. Por eso preferían basarse en otras encuestadoras.

Un dirigente que acompañaba a Alan en todos los mítines nos contaba que mientras le hablaba a la gente, volteaba adonde los demás y decía «ni nos escuchan». Claro, él seguía hablando. Pero se daba cuenta de que no prendía. Idiota no es. Él notaba que el discurso no funcionaba (entrevista a un miembro de la comisión política de Alianza Popular. Lima, julio de 2016).

Los entrevistados sostienen que la incapacidad de diseñar una estrategia sólida fue uno de los principales problemas de la candidatura aprista. A ello se suma uno adicional: el hecho de que varios aspirantes al Congreso fueran, al mismo tiempo, integrantes de la comisión política que dirigía la marcha de la campaña. Esto hacía que ciertas decisiones terminaran influenciadas por los intereses particulares de quienes pretendían ganar una curul. Lo anterior se ve reflejado en dos hechos. El primero, cuando García puso en discusión con sus colaboradores la posibilidad de renunciar, al admitir en este fuero interno que la derrota se hacía inminente. En esa oportunidad fue la comisión política la que se opuso a una salida de esa naturaleza:

En algún momento (García) hizo una carta que se envió a los miembros de la comisión. Yo en un momento lo apoyé y dije: «bueno, es el momento del repliegue». Se puso a discusión de la comisión y había gente a favor y en contra. Yo me quedé un poco solo. Mi argumento era: ¿cómo podemos decirles a los apristas que vamos a ganar cuando sabemos que vamos a perder? Claro, hay gente que se conformaba con un 10% (de votación) porque con eso seguro entraban al Congreso. Pero sabíamos que íbamos a perder. Yo pregunté, ¿cómo vamos a sostener esta mentira? Todos los que estamos sentados acá vamos a volar de este puesto, eso les dije. Alan dijo que tenía razón. Pero otros decían que no, que reunamos a todo el equipo, que traigamos a los activistas, a los comités, a los dirigentes que están en el campo de batalla y con ellos relancemos la campaña. Era una medida para ganar tiempo y seguir perdiendo. Alan me dijo: eso no sirve para nada (entrevista a un miembro de la comisión política de Alianza Popular. Lima, agosto de 2016).

Un segundo ejemplo que revela los límites de este modelo aprista que mezclaba los intereses electorales con la conducción de la campaña ocurrió cuando se puso al debate, también dentro de la comisión política, la opción de incluir en la lista parlamentaria a Mario Hart, famoso, sobre todo, por su faceta de estrella de *realities*. García pensaba que con su aporte se podía llegar a un público más juvenil. La comisión aprista detuvo su incorporación:

Esa fue toda una discusión. Alan decía que había un Perú juvenil que no lo iba a escuchar nunca y al que por lo menos este chico (Hart) le permitía acercarse. Ahí se ve la diferencia entre un comando de campaña de verdad y una dirección política con intereses. García, en su razonamiento, decía que,

si este chico nos daba 300 mil votos, metíamos a un congresista más. Cuando se decide que Hart no vaya, Alan dice que no puede tomar una decisión en contra del partido, porque había candidatos al Congreso, miembros de la dirección, que le pidieron que no vaya. Si hubiese sido un equipo estratégico de campaña sin intereses de candidaturas, se hubiese visto que sumaba en este mundo juvenil, del que García se sentía aislado (entrevista a un miembro del equipo de campaña de Alianza Popular. Lima, julio de 2016).

Que los encargados de la campaña sean miembros del partido, en teoría, presenta algunas ventajas, entre ellas que conocen a la organización por dentro y, por esa razón, les es más sencillo negociar y desplegar la maquinaria partidaria. Al mismo tiempo, puede traer consigo una serie de dificultades que el caso del APRA refleja con claridad. El doble papel de decidores y candidatos —identificado gracias a las entrevistas— impidió adoptar posiciones desprovistas de intereses particulares.

2.4. Frente Amplio: las tensiones entre el equipo y la estructura partidaria

La candidatura de Verónica Mendoza a la Presidencia se forjó en elecciones internas en el seno de la coalición Frente Amplio —representando al partido Sembrar— celebradas el 4 octubre de 2015. Mendoza superó a Marco Arana —de Tierra y Libertad— con un 42% de los votos. La campaña política del Frente Amplio inició a partir de esta fecha y se puede dividir en dos etapas: en la primera, que empieza en octubre de 2015, se formó el primer comando y la estrategia de campaña tuvo un tinte más programático; en la segunda, a partir de enero de 2016, se realizó una reforma al equipo y la estrategia giró en torno a posicionar la imagen de la candidata.

El primer equipo de campaña se formó a partir de la convocatoria de un Consejo Nacional, con la participación de delegados de todo el país que representaban a los grupos de la coalición. En esa reunión se eligió a Marisa Glave como la responsable de liderar este gabinete y a ella se sumó Indira Huilca. Este primer comando provenía de un entorno más cercano a Verónica Mendoza y no tenía una configuración de equipo de campaña:

Marisa presenta un plan de campaña que había desarrollado en un entorno más afectivo, amical y empieza la campaña sin una estructura propia, desde mi punto de vista, de un equipo de campaña. Verónica, Marisa e Indira Huilca, conformaban este comando con un pequeño grupo de personas que, en teoría, asesoraban en temas de comunicaciones, que se reunían y trataban de trasladar sus decisiones a un espacio más grande, como asambleas, para decidir y operativizar algunas cosas (entrevista a un miembro del equipo de campaña del Frente Amplio. Lima, julio de 2016).

A este equipo se sumaron profesionales en comunicación y análisis político, que, si bien no eran militantes del Frente Amplio, eran simpatizantes de Verónica Mendoza y su proyecto. Estas personas brindaban su ayuda en temas relacionados a publicidad, marketing y análisis político. Su presencia cumpliría un papel importante durante la época de elecciones, pues le otorgaron un carácter más profesional a la campaña:

Recurrimos a mucha gente que, de manera gratuita, y por simpatías políticas apoyó la campaña [...] gente más profesional, liberales, de izquierda también. Este equipo o grupo de gente le dio un carácter más profesional, si se quiere decir, que, sin cobrar un centavo, decidieron poner a disposición sus capacidades en publicidad, en análisis político (entrevista a un miembro del equipo de campaña del Frente Amplio. Lima, julio de 2016).

Sin embargo, esta cooperación generó tensiones con la estructura partidaria de la coalición, las que se mantendrían durante todo el proceso electoral. La cercanía del equipo de campaña con la candidata despertaba suspicacias, por la percepción de que las decisiones importantes del partido se tomaban en ese entorno⁷. Además, la forma en que la izquierda prefería abordar la campaña política difería del estilo de los profesionales que habían llegado a colaborar:

Se podría decir que ese es el equipo de asesoría de la candidata y no tendría por qué ser problemático, pero cómo se interpreta el rol de ese equipo fue lo que originó tensiones después; porque la gente se imaginaba que esa era la verdadera dirección de todo [...]. Este acompañamiento fue complicado no solo en el Frente Amplio, sino en el propio Sembrar. porque se generó una tensión que tiene que ver con la forma en que la izquierda enfoca lo electoral. Tenemos que reconocer que existe una dimensión técnico-profesional de las campañas que es un poco ajena a la militancia que está más vinculada a la base, a la movilización de calle, a la formación de colectivos y de dinámicas de campo de otro tipo. Eso no quiere decir que en este sector de militantes de Sembrar no haya existido una idea o una capacidad de análisis político, pero sí se generó una tensión entre las personas que nos brindaban asesoría profesional para la campaña y los militantes (entrevista a un miembro del equipo de campaña del Frente Amplio. Lima, julio de 2016).

⁷ Estas reticencias partían en su mayoría, de los partidarios de Tierra y Libertad, quienes habían perdido las primarias y lograron posicionar a Marco Arana como candidato a la Vicepresidencia, a través de un congreso del Frente Amplio. Según los entrevistados, para algunos militantes de Tierra y Libertad este congreso serviría para cerrar heridas entre las agrupaciones, volver a articular fuerzas y tener claridad sobre cómo se llevaría la campaña (entrevistas a miembros del equipo de campaña del Frente Amplio, Lima, julio de 2016).

Si bien la ayuda de estos profesionales resultó valiosa para la agrupación, sus acciones no respondían a un plan organizado que articule estas colaboraciones y las lleve hacia un mismo objetivo. De hecho, no se lograba pasar la barrera del 2% en la intención del voto. En esta etapa de la campaña se privilegiaban los aspectos programáticos sobre la propia candidata:

Se replantearon las cosas porque sentíamos que dábamos mensajes diversos, fragmentados, muy programáticos, que no ayudaban a construir un perfil de nuestra candidata y a potenciar esa empatía que nosotros sentíamos que se podía tener. Esto con una preocupación muy clara: todos los partidos se venden a partir de una cara y nosotros más bien queríamos vender una propuesta de país. Con Marisa y con Indira se presentan los Cuatro Ejes para el Nuevo Perú y ahí terminó su etapa de trabajo. En esta parte nos inclinábamos hacia lo más programático, le dimos un mayor peso y Verónica también desarrollaba más esta parte, y por alguna razón no terminaba de cuajar y sentíamos que opinábamos, sobre todo, y eso se perdía (entrevista a un miembro del equipo de campaña del Frente Amplio. Lima, julio de 2016).

A esta dificultad se sumó el hecho de que tanto Marisa Glave como Indira Huilca fueron elegidas candidatas al Congreso mediante elecciones internas, por lo que se hizo complicado que se hagan cargo de la campaña presidencial y de la personal al mismo tiempo. En ese contexto, a principios de enero de 2016, se realizó una evaluación y se llegó a la conclusión de que había que cambiar al equipo de campaña. La decisión de esta reforma partió de Verónica Mendoza y su círculo cercano, quienes designaron a Álvaro Campana (Sembrar) como jefe de campaña y a Abraham Valencia (Partido Socialista) como el encargado del trabajo de campo y de organizar las actividades del partido.

El nuevo equipo estuvo conformado por personas que participaron en la elaboración del plan de gobierno: una dedicada a la comunicación, otra a la movilización (que implicaba la distribución de materiales, la organización de eventos, supervisar la agenda de la candidata) un equipo de seguridad, de logística y economía. Entre sus integrantes se encontraban Carlos Castillo, Mario Sánchez, Paul Maquet (encargado de la comunicación e independiente), Anahí Durand y Pedro Francke, quienes cuidaban que la campaña estuviera en sintonía con las propuestas del plan de gobierno.

Entre las primeras acciones que tomó este gabinete estuvo la elaboración de un manual de funciones y un organigrama para determinar las acciones que los miembros del equipo tomarían en los noventa días restantes. Pero la decisión más importante fue recurrir al apoyo de un asesor externo que se encargue de ordenar las iniciativas y colaboraciones para darles una dirección más eficaz:

Se contrató a un asesor con experiencia en campañas que hizo un trabajo de sistematización de lo que se había hecho antes, de lo que creíamos [...]. Nos ayudó con intuiciones, con su experiencia y a construir una estrategia electoral. El asesor era extranjero, pero no quería ser relevante en esto y fue muy económico, lo hacía porque era un desafío, le caímos bien. Es alguien que tuvo cierta afinidad con la izquierda en su país y nosotros le dijimos que contábamos con poco dinero [...]. Empezó a finales de enero y nos dio unas pautas de qué implica una campaña, qué es una estrategia electoral. Contábamos con gente que ya sabía del asunto, pero una cosa es operar y otra la estrategia misma, lo global, cómo construyes el perfil del candidato, de la organización, el mensaje central y los atributos del candidato que hay que resaltar (entrevista a un miembro del equipo de campaña del Frente Amplio. Lima, julio de 2016).

Asimismo, este equipo de campaña se planteó un objetivo central: posicionar a Verónica Mendoza y hacer que más ciudadanos la conozcan, tomando en cuenta que, según un estudio de GFK realizado en febrero de 2016, solo el 12% de los electores la reconocía (RPP, 2016). Para lograr esta meta se debía, en primer lugar, construir una imagen de la candidata como alguien valiente que siempre estuvo en defensa de los que sufren injusticias y no teme dar la cara. Y, en segundo lugar, se decidió que se debía recorrer algunas zonas específicas en búsqueda de votos:

El primer objetivo de los noventa días fue posicionar a Verónica como candidata y posible presidenta, como una persona que siempre había estado ahí. Por eso creamos esa frase de «Vero estuvo ahí»; donde hubo problemas, abusos, donde hubo que defender a la gente, Verónica estuvo ahí. Amarrado a eso iba la idea de «Vero valiente», de que es una persona valiente, que no tiene miedo de enfrentarse a los corruptos, al *establishment*, al sistema y está de manera permanente defendiendo tus derechos. Eso fue lo que hicimos para empoderarla como candidata y para que la gente empiece a conocerla [...]. Planteamos (además) que sacarla de Lima era la mejor estrategia, porque había un colchón de decepción del gobierno de Ollanta Humala, de un voto antisistema en Cajamarca y Puno que podía sernos útil, y un sector de izquierda andina.

Estas acciones, más la búsqueda de una mayor exposición de Mendoza y sus voceros o especialistas en los medios de comunicación, ayudó a que su preferencia de voto aumentara a 13% abril de 2016⁸. A partir de ello existió una mayor cobertura de sus actividades, como los mítines que fueron organizados por los comités locales

⁸ Según un estudio de Pulso Perú (Reyes, 2016). A ello hay que sumar los factores externos que ayudaron al despegue de su candidatura, como la salida de Julio Guzmán y César Acuña de la contienda electoral.

de las agrupaciones del Frente Amplio en provincia. En ese sentido la estructura partidaria tuvo un importante papel de apoyo, porque utilizaron su experiencia en movilización de personas y organización de estos eventos con pocos recursos. Este despegue final de la candidata le permitió alcanzar el tercer lugar.

El Frente Amplio es un ejemplo de las tensiones que pueden existir entre los miembros externos de un equipo de campaña y los militantes del partido (incluso entre las agrupaciones que forman parte de una coalición). Se tuvo que pasar por procesos de negociación para alcanzar consensos, lo que hizo que la campaña se ralentizara. Superada esta etapa, el diseño de una estrategia clara ayudó a mejorar los resultados iniciales. Este caso también revela la importancia de que el equipo de campaña incluya un componente profesional, cuyas acciones se encuentren articuladas en torno a los objetivos establecidos.

2.5. Acción Popular: una tregua necesaria

El 20 de diciembre de 2015, Alfredo Barnechea fue elegido candidato presidencial de Acción Popular en medio de intensos enfrentamientos entre sus principales dirigentes (La República, 2015). Obtenida la victoria en comicios internos, Barnechea nombró a Alejandro Montoya⁹ como coordinador del plan de gobierno, quien empezó a trabajar con la colaboración de partidarios y personas independientes. Esta dinámica de trabajo se mantuvo hasta la quincena de enero de 2016, cuando, en una reunión de coordinación, el candidato presidencial le solicitó a Montoya que, además, asuma el cargo de jefe de campaña nacional. Aunque la única experiencia similar de Montoya se remontaba a las elecciones de 1979 (cuando colaboró en la exitosa campaña a la Presidencia de Fernando Belaunde Terry)¹⁰ aceptó asumir el encargo. El equipo de campaña ya había sido conformado por Barnechea durante el año anterior; aparte, el candidato contaba con un círculo de confianza que incluía a sus familiares.

Como jefe de campaña, a Montoya le tocó mediar las diferencias internas¹¹. Las tareas del comando se dividieron en organización de mítines, aparición en los medios de comunicación, publicidad y financiamiento. En el caso de los mítines nacionales, un grupo se encargaba de coordinarlos en Lima y otro en el ámbito nacional. El criterio para decidir cuándo ir a alguna ciudad se basaba en la coyuntura

⁹ Montoya fue rival de Barnechea durante las elecciones internas de Acción Popular. También compitió en ese proceso el excongresista, Mesías Guevara.

¹⁰ Líder de Acción Popular y presidente del Perú durante los períodos 1963-1968 y 1980-1985.

¹¹ Montoya reconoció este hecho en una carta enviada a la militancia, en la que señala que «la organización partidaria se encontraba en medio de cambios de dirigentes cuestionados por algunos», lo cual «dificultaba la coordinación».

y en los recursos económicos disponibles. Los comités del partido tuvieron especial importancia en la organización de estos eventos y en las visitas del candidato a lo largo del país.

Se puso acento en las propuestas programáticas que Barnechea se encargaba de exponer en cada aparición en los medios de comunicación. En este caso, una de las ideas-fuerza era la promesa de convertir al Perú en un Estado de bienestar. Pero el tema que le dio una mayor cobertura mediática fue su propuesta de renegociar el contrato de explotación del gas de Camisea, en Cusco:

Él quería una sociedad de bienestar y en base a eso se trabajó toda la campaña. Para llegar a este objetivo había que resguardar los recursos del país, criticar contratos desfavorables y que llevaban a unos actos de corrupción, velar porque toda la sociedad tenga acceso a la atención médica. La idea fuerza que asociaban con Alfredo era el gas, se habló también del millón de viviendas, del agua, de la educación, de la municipalización de la Policía Nacional y de la seguridad ciudadana. Todos estos temas se empezaron a enfocar en un plan de gobierno conformado por las ideas originales de Alfredo y por el plan de gobierno (original) de Acción Popular, más lo que los asesores aportaron (entrevista a un miembro del equipo de campaña del Acción Popular. Lima, agosto de 2016).

Además de resaltar las propuestas de campaña, también fue necesario reforzar y posicionar la imagen del candidato pues se necesitaba que lo reconociera la mayor cantidad de votantes posible; su intención de voto en enero y febrero de 2016 era de apenas un 0,5%¹². En un primer momento consiguió crecer y se especuló con la posibilidad de que accediera a la segunda vuelta, pero este impulso se diluyó:

Se trabajó en el hecho de que era un orador, transmitía confianza; sin embargo, era tímido para las conferencias de prensa, eso no pudimos trabajarlo bien. En otras cosas era sobresaliente, se manejaba muy bien en un escenario público [...]. Tenía una imagen de solvencia con los temas, pero en algunos casos confundían esto con vanidad porque, además, es tímido. Si a eso añades una propaganda en contra que resalta episodios que harían pensar que es sobrado, esta creencia crece (entrevista a un miembro del equipo de campaña del Acción Popular. Lima, agosto de 2016).

La intención de voto en favor de Barnechea fue descendiendo en la última recta de la campaña. En la primera vuelta del 10 de abril obtuvo un 7% de la votación. Según el balance interno, este resultado final se debió al traspaso de una parte de sus votos a Peruanos Por el Kambio —frente al temor por el ascenso de

¹² Según la encuesta de GFK (La República, 2016).

Verónica Mendoza— y a la imagen que sus rivales resaltaron de él como alguien distante de la gente.

Para sus perspectivas iniciales, Acción Popular obtuvo un buen resultado. Ayudó la relación de complemento entre la organización partidaria y el candidato, junto a la disciplina de los militantes para poner en pausa sus discrepancias internas y cooperar en la campaña. En ese sentido, el rol mediador que cumplió un jefe de campaña proveniente del mismo partido resultó ser un factor relevante.

3. CONCLUSIONES

Los casos abordados grafican la importancia que tiene para los partidos políticos un equipo profesional de campaña con funciones definida. Estos comandos deben trabajar de la mano con una estructura partidaria organizada, lo que permita movilizar recursos y tener un alto nivel de coordinación para las actividades que llevan a cabo los candidatos en todo el país.

La ausencia de un equipo de campaña estructurado que cumpla una estrategia específica fue una limitación que se pudo identificar en Peruanos Por el Cambio. Las consecuencias fueron evidentes sobre todo en la primera etapa, cuando se carecía de un mensaje claro que el público pudiera relacionar con el candidato Pedro Pablo Kuczynski. La falta de un establecimiento claro de funciones y el grado de autonomía con el que los miembros del equipo actuaban generó desorden y contradicciones.

La principal consecuencia fue el descenso de la intención de voto a lo largo de la campaña. El acceso a la segunda vuelta y posterior triunfo en las elecciones se explican por factores externos, como la exclusión de candidatos de la competencia —Julio Guzmán y César Acuña— y la resistencia que en ciertos sectores de la población generaban rivales como Verónica Mendoza y, sobre todo, Keiko Fujimori.

El APRA (que postuló con el nombre de Alianza Popular) sí contó con una estructura de partido disciplinada. Sin embargo, no existía un equipo de campaña propiamente dicho, pues las tareas de aquel fueron asumidas por la Comisión Política, dirigida por el mismo candidato Alan García, quién además estableció la estrategia por seguir. De otro lado, este caso demuestra los límites que tenían los miembros del equipo de campaña, así como los límites de las expectativas electorales; ello a veces impide que se tomen decisiones desprovistas de intereses particulares.

El Frente Amplio, en cambio, sí logró constituir un equipo con un perfil profesional, el cual logró establecer una estrategia articulada que permitió a Verónica Mendoza incrementar su intención de voto y estar cerca de alcanzar la segunda vuelta. No obstante, al incorporarse colaboradores externos, se generaron rencillas entre los grupos que conformaban la coalición. Todo esto generó demoras y

ralentizó la campaña en un momento, lo cual tuvo que ser superado previo proceso de negociación para llegar a un consenso entre las partes.

A diferencia de los ejemplos anteriores, Fuerza Popular sí contó con un equipo de campaña con una clara definición de competencias. Esto, más ciertos gestos que apuntaban a marcar una diferencia respecto del pasado, contribuyeron a que la candidata Keiko Fujimori alcanzara un alto nivel de preferencias entre los ciudadanos. Entre los factores que jugaron en contra para alcanzar la Presidencia se debe mencionar, sobre todo, la falta de reacción y contundencia frente a acusaciones que involucraron a personajes de alto rango dentro del partido. Esto ha sido reconocido por los actores entrevistados para este artículo.

Acción Popular, pese a la limitación de recursos y el desconocimiento inicial que los votantes tenían sobre el candidato Alfredo Barnechea, logró obtener un resultado que superó sus expectativas, incluso en un contexto de enfrentamiento interno. Fue beneficioso que el jefe de campaña perteneciera a las filas del partido, pues tenía la capacidad de intermediación necesaria para promover una tregua. A ello hay que sumarle la voluntad de los militantes para poner en pausa sus diferencias.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcántara, Manuel (1997). Tipologías y funciones de los partidos políticos. En Manuel Mella Márquez (ed.), *Curso de partidos políticos* (pp. 37-58). Madrid: Akal.
- Álvarez, Tomás & Mercedes Caballero (1997). *Vendedores de imagen: los retos de los nuevos gabinetes de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Arriaga, Arturo & Patricio Navia (2016). *Jefes de campaña en elecciones presidenciales de Chile, 1970-2005*. Documento de trabajo 12. Santiago de Chile: ICESO.
- Barranco Saiz, Javier (2010). *Marketing político y electoral*. Madrid: Pirámide.
- Canel, María José (1998). Los efectos de las campañas electorales. *Comunicación y Sociedad*, XI(1), 47-67.
- Crespo Martínez, Ismael (2008). *La conquista del poder: elecciones y campañas presidenciales en América Latina*. Buenos Aires: La Crujía.
- Del Rey Morató, Javier (1996). ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política? *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 1, 51-66.
- El Comercio (2015). *Alan García lanzaría su candidatura a la Presidencia en octubre*, 7 de julio. <http://elcomercio.pe/politica/gobierno/alan-garcia-lanzaria-su-candidatura-presidencia-octubre-noticia-1824187>

- García Beaudoux, Virginia & Orlando D'Adamo (2006). Comunicación política y campañas electorales. Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo. *Polis* 2(2), 81-111.
- García Beaudoux, Virginia, Orlando D'Adamo & Gabriel Slavinsky (2007). *Comunicación política y campañas electorales: estrategias en elecciones presidenciales*. Barcelona: Gedisa.
- García Cotarelo Ramón (1991). *Los partidos políticos*. Madrid: Sistema.
- Gilchrist, Valerie & Robert Williams (1999). Key Informant Interviews. Benjamin Crabtree y William Miller (eds.), *Doing Qualitative Research* (pp. 71-88). Londres: Sage.
- Izurieta, Roberto (2009). *Estrategias de comunicación política para campañas y gobiernos*. México DF: The Graduate School of Political Management de la Universidad George Washington-Universidad Autónoma de Puebla.
- Kumar, Nirmalya, Louis W. Stern & James C. Anderson (1993). Conducting Interorganizational Research Using Key Informants. *The Academy of Management Journal*, 36(6), 1633-1651.
- La República (2015). *Acción Popular elige a sus dirigentes en medio de cuestionamientos*. 23 de agosto. <http://larepublica.pe/imprensa/politica/564349-accion-popular-elige-sus-dirigentes-en-medio-de-cuestionamientos>
- La República (2016). Conoce la evolución en la intención de voto de los candidatos presidenciales. *La República*, 10 de abril. <http://larepublica.pe/politica/758502-conoce-la-evolucion-en-intencion-de-voto-de-los-candidatos-presidenciales>
- Maarek, Philippe J. (1995). *Marketing político y comunicación: claves para una buena información política*. Barcelona: Paidós.
- Marshall, Martin N. (1996). The Key Informant Technique. *Family Practice*, 13(1), 92-97.
- Martínez Pandiani, Gustavo (1999). *Marketing político: campañas, medios y estrategias electorales*. Buenos Aires: Ugerman.
- Mella Márquez, Manuel (1997). La organización de los partidos políticos. En Manuel Mella Márquez (ed.), *Curso de partidos políticos* (pp. 37-58). Madrid: Akal.
- Norris, Pippa (1999). *On Message: Communicating the Campaign*. California: Sage.
- ODCA-Organización Democrática Cristiana de América (2006) *Manual de campaña electoral: marketing y comunicación política*. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.
- Ortiz, Sebastián (2016). Temo a los políticos dóciles, Pedro Pablo no es uno de ellos. *El Comercio*, 14 de junio. <http://elcomercio.pe/politica/elecciones/temo-politicos-dociles-pedro-pablo-396958>

- Paletz David (1997). Campañas y elecciones. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 3, 205-228.
- Reyes, Álvaro (2016). ¿Por qué Verónica Mendoza creció cerca de 13% en la intención de voto en solo 3 meses? *Perú21*, 1 de abril. <http://peru21.pe/politica/veronika-mendoza-crecio-cerca-13-intencion-voto- apenas-tres-meses-2242779>
- Riorda, Mario & Marcela Farré (2012). *¿Ey, las ideologías existen! Comunicación política y campañas electorales en América Latina*. Buenos Aires: Biblos.
- RPP (2016). *¿Qué candidatos son los que más y menos conocen los peruanos?* 1 de febrero. <http://rpp.pe/politica/elecciones/que-candidatos-son-los-que-mas-y-menos-conocen-los-peruanos-noticia-934282>
- Trejo Delarbre, Raúl (2000). El imperio del marketing político. Cuando las imágenes desplazan las ideas. *América Latina Hoy* 25, 15-22.
- Tremblay, Marc-Adelard (1957). The Key Informant Technique: A Nonethnographic Application. *American Anthropologist*, 59(4), 688-701.
- Trent, Judith & Robert Friedenberg (2000). *Political Campaign Communication: Principles and Practices*. Connecticut: Praeger.
- Tuesta Soldevilla, Fernando (2005). *Representación política: las reglas también cuentan. Sistemas electorales y partidos políticos*. Lima: Fundación Friedrich Ebert.
- Vizcarra, Julio (2015). Keiko Fujimori: cinco respuestas sobre su discurso en Harvard. *El Comercio*, 2 de octubre. <http://elcomercio.pe/politica/gobierno/keiko-fujimori-cinco-respuestas-sobre-su-discurso-harvard-noticia-1845157>

Entrevistas

- Entrevista a dos miembros del equipo de campaña del Frente Amplio. Lima, julio de 2016.
- Entrevista a un dirigente de Fuerza Popular. Lima, noviembre de 2014.
- Entrevista a un dirigente de Fuerza Popular. Lima, agosto de 2016.
- Entrevista a un dirigente de Peruanos Por el Kambio. Lima, marzo de 2015.
- Entrevista a un dirigente de Peruanos Por el Kambio. Lima, agosto de 2016.
- Entrevista a un miembro de la comisión política de Alianza Popular. Lima, julio de 2016.
- Entrevista a un miembro de la comisión política de Alianza Popular. Lima, agosto de 2016.
- Entrevista a un miembro del equipo de campaña del Acción Popular. Lima, agosto de 2016.

CIERRES DE CAMPAÑA Y EL DISCURSO DE LOS CANDIDATOS

Lilian Kanashiro

INTRODUCCIÓN

El discurso de los candidatos es un objeto de estudio esquivo y su análisis un empeño ambicioso. ¿Qué importancia puede tener conocerlo? Múltiples disciplinas analizan los discursos y, en algunos casos, la definición del objeto estudiado conlleva metodologías diversas y la justificación de su utilidad no resulta del todo clara. Este artículo está animado bajo dos convicciones: en primer lugar, el discurso es expresión del funcionamiento no solo de las ideas sino de la vida misma y, en segundo lugar, es crucial concebir el funcionamiento discursivo como algo más allá del habla o del discurso oral. La primera convicción nos permite establecer como objetivo la relación que el discurso expresado en los cierres de campaña manifiesta entre una serie de actores: los candidatos, las agrupaciones políticas que representan y la opinión pública. Y la segunda nos permite establecer el enfoque teórico-metodológico a través del cual concebimos el discurso como una práctica creadora de sentidos en la que confluyen diversos planos de investigación. Dicho más directamente, nos alejamos de un análisis textual del habla y concebimos el funcionamiento del discurso como una interacción del discurso oral, soportes y prácticas; todos estos planos configuran el discurso del candidato y de su partido, y lo convierten en un hecho institucional.

El secreto para comprender la existencia continuada, la persistencia, de los hechos institucionales es, sencillamente, que los individuos directamente implicados y un número suficiente de miembros de la comunidad relevante deben seguir reconociendo y aceptando la existencia de esos hechos. Puesto que el estatus queda constituido por la vía de la aceptación colectiva del mismo: «[...] Uno de los rasgos más fascinantes —y terroríficos— de la época en la que yo estoy escribiendo estas

líneas es la constante erosión de la aceptación de grandes estructuras institucionales en todo el mundo» (Searle, 1997, p. 128).

¿Por qué los cierres de campaña? Hemos elegido los cierres de campaña, tanto en primera como en segunda vuelta, porque constituyen el último acontecimiento propio de la campaña electoral destinado a la búsqueda de votos y, como tal, es el último acto organizado colectivamente hacia la opinión pública en el que participan los candidatos y la agrupación política que representan. Los cierres de campaña existen desde antes del colapso del sistema de partidos peruanos; sin embargo, en la actualidad el componente mediático es más intenso. Si antes el cierre de campaña era un acto protocolar («deber hacer») al interior del partido, actualmente el protocolo se vuelve más intenso en vistas al peso que los medios de comunicación cobran en la campaña electoral.

Para este artículo se han analizado los discursos enunciados en los cierres de campaña desarrollados en Lima. Para la primera vuelta se seleccionaron los cierres de campaña de Peruanos Por el Cambio (Pedro Pablo Kuczynski), Fuerza Popular (Keiko Fujimori), Frente Amplio (Verónica Mendoza), Acción Popular (Alfredo Barnechea) y Alianza Popular (Alan García). Para la segunda vuelta se analizaron los cierres de campaña de los candidatos que obtuvieron la más alta votación en la primera jornada electoral: Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori¹.

Este artículo se organizará tomando en cuenta el modelo de análisis de prácticas semióticas que conceptualiza el discurso como la integración de varios planos inmanentes entre sí: el texto (disertación verbal de los candidatos), el objeto-soporte (evento) y la escena práctica (emisión televisiva) (Fontanille, 2014, p. 47). La premisa es sencilla: el discurso no solo es lo que dice el candidato, sino cómo está organizado lo que dice y a quién se dirige, así como la práctica enunciativa que la rodea. Como se podrá apreciar a continuación, las disertaciones orales de los candidatos solo serán el punto de partida y enlazarán con los demás aspectos que consideramos igual de valiosos en la construcción de sentido de los discursos. Bajo este marco, nos interesa analizar los grados de personalización e institucionalización partidaria que emanan de los discursos.

¹ La metodología del estudio combinó la etnografía y el análisis semiótico. Para la primera se llevó a cabo la observación participante en los cierres de campaña de los candidatos mencionados y en la segunda se transcribieron las exposiciones orales en los eventos registrados en la emisión en vivo que TV Perú llevó a cabo.

1. LOS SENTIDOS COMUNES DE LOS CANDIDATOS

Tomando en cuenta el conjunto de las siete exposiciones verbalizadas en los cierres de campañas, encontramos la conformación de «isotopías»². La recurrencia de los mismos temas genera saberes comunes, unos más que otros, presentes en los discursos de la mayoría de los candidatos. Un primer hallazgo de este artículo es un patrón de repetición de temas generales en la mayoría de los cierres de campaña: educación, seguridad, agua, pymes. Estos patrones de repetición nos permiten señalar una significación común que va más allá de la afiliación partidaria y en los que el candidato y su agrupación conciben que deben conectar con los diversos estados de la opinión pública.

1.1. Educación: sueldos, reconocimiento y articulación

Un tema recurrente ha sido la educación. Se presenta como sentido común que es necesario el aumento de sueldos de los maestros. Hay que señalar que la mayoría de los candidatos plantean la medida desde un «nosotros», representativo del partido político, siendo la única excepción el candidato García, quien emplea la primera persona en singular, «yo», indicador lingüístico de personalización:

Los jóvenes que dicen que son el futuro del Perú, pero no, son el presente del Perú, y le hablo a las profesoras, a los maestros que laboran mal pagados y *ya hemos decidido y financiado que el sueldo mínimo de los maestros será dos mil soles al mes* (Kuczynski, 6 de abril de 2016, las cursivas son mías).

Y, en segundo lugar, trabajaremos de la mano de quienes serán nuestros principales aliados, los profesores, los maestros, aquellos que realizan una labor abnegada, silenciosa, pero sabiendo que ellos son los principales actores. El Estado no se los reconoce porque hoy el sueldo del maestro peruano está en último lugar en Latinoamérica. *En un futuro gobierno de Fuerza Popular haremos un aumento progresivo en el sueldo y salario de todos los maestros del Perú* (Fujimori, 7 de abril de 2016; las cursivas son mías).

Y para tener una educación de calidad necesitamos maestros reconocidos, valorados y bien remunerados, porque ellos serán nuestros principales aliados de la revolución educativa que vamos a promover con el Frente Amplio. Maestros que reciban capacitación constante, maestros que reciban vivienda decente, maestros que reciban bonificaciones para aquellos que tienen que ir a enseñar a

² En la semiótica tradicional, la «isotopía» se conceptualiza como la redundancia de determinados núcleos sémicos que dan por resultados una base permanente de referencias, en virtud de las cuales el discurso se hace coherente o habla de lo mismo (Blanco & Bueno, 1980). Para este artículo aplicamos el concepto de isotopía de manera transversal a todas las exposiciones orales y no como la recurrencia al interior de la manifestación de un candidato.

los lugares más recónditos y difíciles de nuestra patria, maestros a los cuales se les pague la deuda social, maestros a los cuales *desde el primer año de nuestro gobierno vamos a empezar duplicando el primer piso de la escala remunerativa* porque se lo merecen (Mendoza, 7 de abril de 2016; las cursivas son mías).

Vamos, por supuesto, ya lo he explicado ayer en el debate rápidamente, pero he explicado los temas de la educación, de la educación primaria, de las universidades con la gran diáspora, con la gran red de científicos peruanos en el mundo, pero *vamos a mejorar los salarios de los maestros [...]* (Barnechea, 4 de abril de 2016; las cursivas son mías).

Maestros, para fortalecer el consumo nacional y porque en todos estos años con el cuento del cambio de la ley no han tenido aumento, *les voy a aumentar su remuneración básica en 25% desde el primer día de gobierno* (García, 4 de abril de 2016; las cursivas son mías).

El sueldo básico de una maestra, de un maestro, *subirá en nuestro primer año de gobierno de 1200 soles, donde ha estado durante 10 años, a 2000 soles* (Kuczynski, 2 de junio de 2016; las cursivas son mías).

[...] y aquí mi mensaje a los maestros, ustedes serán nuestros principales aliados, ustedes los docentes a quienes vamos a dar cursos de capacitación, ustedes queridos amigos que sabemos que el sueldo del profesor peruano está en el último lugar en Latinoamérica. Ese compromiso, y lo hemos evaluado con el equipo técnico, tiene que ir amarrado con una mejor remuneración, y por eso hemos dicho en los próximos años ¡vamos a duplicar el sueldo del maestro peruano a nivel nacional! (Fujimori, 2 de junio de 2016; las cursivas son mías).

La presentación del tema educativo tiene diferentes matices. Tanto Pedro Pablo Kuczynski, Alan García y Verónica Mendoza señalan la importancia del maestro, de los jóvenes, y les ofrecen su reconocimiento. Además de ello Keiko Fujimori plantea una visión articuladora entre la educación básica, la formación técnica, universitaria y el empleo juvenil:

Y entonces siguiendo en el tema de educación tenemos que mejorar la calidad de la enseñanza y para ello también implementaremos «cursos electivos en cuarto y en quinto de media» que permitan que nuestros jóvenes vayan aprendiendo un oficio desde esa edad. Haremos y construiremos «institutos tecnológicos», hoy sabemos que la mayor demanda laboral proviene justamente de los trabajos técnicos, [...] planteamos el programa Convalida con Éxito que permite que los jóvenes puedan *transferir sus créditos de un instituto a una universidad* [...] lanzamos el programa Primera Chamba, que además lo hicimos en la campaña anterior. ¿Qué proponemos? Entregar incentivos tributarios a las empresas que contraten más jóvenes, de esta manera, generaremos *una demanda laboral juvenil* en todo el Perú, queridos amigos (Fujimori, 7 de abril de 2016; las cursivas son mías).

El mismo planteamiento se repite en su discurso final de segunda vuelta. Por otro lado, Barnechea en su propuesta que tiene como eje central el fomento de la industrialización en las regiones, precisa que de los fondos obtenidos de la industria extractiva financiará el aumento no solo de los maestros sino también de otros sectores. Como podemos observar, la educación se convierte en un tema recurrente y de sentido común, aunque las formas de expresión varíen de un candidato a otro.

1.2. Seguridad o inseguridad ciudadana

Todos los candidatos con la excepción de Verónica Mendoza del Frente Amplio plantean el tema de seguridad como una problemática urgente. No obstante, el tratamiento de este tema es diferenciado. Tanto Fuerza Popular en primera y segunda vuelta como Alianza Popular (APRA y Partido Popular Cristiano) proponen la necesidad de articular las instituciones.

[...] pero regresando al tema de la seguridad no solamente vamos a ver el tema de la prevención, sino tenemos que articular las instituciones de la sanción, eso significa fortalecer nuestra policía nacional [...]. Primero, haremos alianzas con las *municipalidades* para que ellos nos ayuden con el tránsito; en segundo lugar, convocaremos a las *Fuerzas Armadas* para que ellos cuiden las instituciones públicas, como, por ejemplo, La Marina, puede encargarse de los puertos, o el Ejército puede cuidar las partes aledañas de los penales. [...] Pero sabemos también que tenemos que complementar estas medidas haciendo mejoramiento de la *política penitenciaria* [...] (Fujimori, 7 de abril de 2016; las cursivas son mías).

Yo sé, compañeros y amigos, compañeras y amigas que en todo gobierno y en todo tiempo hay un tema central que hay que prestar atención con prioridad, y ese tema es ahora el tema de la seguridad ciudadana [...] necesitamos un nuevo plan de despliegue que nuestros equipos de gobierno ya diseñaron para que a partir del mes de agosto tengamos *60 mil policías* en las calles y ellos van a contribuir a que haya más vigilancia, más patrullaje y más seguridad en todos los hogares. [...] pero nosotros hemos propuesto desde hace muchos meses que esa labor policial sea respaldada con energía y en número suficiente por la presencia en las calles de los pueblos de las *Fuerzas Armadas* como lo reclama la inmensa mayoría del Perú. [...] vamos con el *Serenazgo Municipal* y vamos con la *vigilancia privada*, que deben contribuir porque son más de 100 mil hombres y mujeres, vamos a detener esta ola de amenazas que afecta ciudades como Trujillo, Arequipa, Lambayeque, Chiclayo y hace sentir a la población ante el terror, el chantaje y el sicariato [...] (García, 4 de abril de 2016; las cursivas son mías).

Como parte de esa articulación, ambos candidatos coinciden en la necesidad de incorporar a las Fuerzas Armadas en el combate de la delincuencia. Asimismo,

se manifiestan desde un «nosotros», despersonalizando la propuesta. Como parte del tema de seguridad se vinculan otros temas en los que coinciden varios candidatos: corrupción, política penitenciaria y jóvenes.

En el primero, el candidato Barnechea señala la importancia de eliminar la corrupción en el Ministerio Público y el Poder Judicial, aprovechando la circunstancia para enfatizar que el partido Acción Popular «está limpio» trayendo al recuerdo la gestión de Valentín Paniagua. En el cierre de campaña de primera vuelta de Pedro Pablo Kuczynski se señala la necesidad de combatir la corrupción, pero es más enfático en la segunda vuelta al sintetizar la relación corrupción, crimen y narcotráfico. «La única forma de combatir a los tres jinetes del apocalipsis, que son la corrupción, el crimen y el narcotráfico. La única forma es estar unidos y deshacerse de esos tres jinetes del apocalipsis: el crimen, la corrupción, el narcotráfico [...]» (Kuczynski, 6 de abril de 2016). En primera vuelta Keiko Fujimori plantea como propuesta la creación de la Procuraduría Nacional de la República y el fortalecimiento de la Contraloría y la Defensoría del Pueblo.

La seguridad estuvo estrechamente vinculada con el tema de política penitenciaria. El candidato de Peruanos Por el Cambio manifestó en primera vuelta que las penas deben ser acumulativas, mientras tanto Keiko Fujimori y Alan García coincidieron en la necesidad de construir más penales. Para la candidata de Fuerza Popular un lugar idóneo para los delincuentes de alta peligrosidad está en zonas por encima de los 4000 metros de altura, que se implementaría mediante su programa Cárcel 4000; para Alan García, una zona de castigo idónea era la Amazonía. En ambos casos, los candidatos no ponderan que se tratan de zonas en donde viven peruanos y peruanas, y que su lugar de morada se convierte en la representación del infierno o el peor lugar del Perú en donde purgar los delitos.

Finalmente existe un planteamiento que relaciona a los jóvenes y su rol en el problema de la inseguridad ciudadana. Se considera que es importante inculcarles valores y darles oportunidades de trabajo y educación para que no sean agentes de la delincuencia:

Pero siempre que hablamos de *los jóvenes* y de sus oportunidades, porque ellos son el presente, la fuerza emprendedora en nuestro país, lo hacemos también con otro objetivo y con otra visión y lo que queremos hacer es evitar que la juventud caiga en las redes del alcoholismo, de la drogadicción, del pandillaje y aquí tenemos que hablar también entonces de una educación en valores, en la que la responsabilidad es compartida con las familias, y todo este tema tiene que ver con el problema más grave de nuestro país, la *inseguridad ciudadana* [...]. Pero cuando hablamos también de *seguridad*, hemos hablado de mejorar la política penitenciaria y ahí dijimos, y lo dijimos en el debate, vamos a construir 20 cárceles tomando en consideración dos cosas, uno *que el 30% de las personas*

que cometen un delito son jóvenes y lo cometen por primera vez y para ellos tenemos la propuesta de Penales Factoría, donde habrá talleres productivos para que puedan aprender un oficio, puedan reinserirse y puedan rehabilitarse [...] (Fujimori, 2 de junio de 2016; las cursivas son mías).

Esto es nuestro primer y fundamental objetivo, gran escenario de gobierno, cualquiera que sea, lograr detener *la violencia, la delincuencia* y la captura de nuestra *juventud* por estos asesinos y vamos a empeñarnos en esto, apoyando a nuestra *juventud* con más trabajo, con más educación, con mejor comunicación a través de sus redes, que es lo que falta en nuestra patria, sí, pero actuando con mano dura frente a los delincuentes que se han acostumbrado que solo haya derechos humanos para ellos [...] (García, 4 de abril de 2016; las cursivas son mías).

Cabe señalar que el tema de seguridad aparezca de manera recurrente en los discursos de los candidatos no significa que lo configuren con el mismo peso e importancia. En algunos casos aparece como tema prioritario y en otros como tema secundario. Pero su presencia en seis de los siete discursos recoge o proyecta un sentido común que no podemos negar y que se ha confirmado con los sondeos de opinión en torno a cuál es el principal problema del país.

1.3. Agua: infraestructura, medio ambiente y agro

Es probable que en anteriores procesos electorales la pobreza haya sido un tema central. Hoy en día con los indicadores macroeconómicos a favor del país, la pobreza cobra otras formulaciones. En ese sentido, la pobreza se presenta focalizada temáticamente a través del elemento agua. Otro tema de gran confluencia entre los discursos de los candidatos.

Ahora, ¿qué quiere decir estar unidos? ¿Qué quiere decir que a unos pocos kilómetros de aquí en el cerro San Cosme o El Agustino o detrás de Carabayllo, *la gente no tiene agua potable*? ¿Cómo es que yo me baño tranquilito en la mañana y hay centenares de miles de personas que no se pueden bañar en la mañana, que tienen que traer su balde, trepar un montón de escaleras, pagarle al camión, pagarle diez veces más de lo que cobra Sedapal por un caño? Tenemos que cambiar, porque no vamos a estar unidos si tenemos un país dividido; tenemos que cambiar eso, ¿y cuál es nuestra receta? Es bien simple, ni aquí ni allá, en el centro, sensatas políticas que ayuden a hacer crecer la economía para que tengamos la inversión que necesitamos en servicios sociales básicos, así de simple es la cosa (Kuczynski, 6 de abril de 2016; las cursivas son mías).

Como lo dije, este será el primer paso para luego invertir de manera rápida y eficiente en la *construcción de redes de agua*, de saneamiento, pistas, veredas, muros de contención, tantas familias que llevan años esperando allá

en Rinconada, en Chuquitanta, en Vista Alegre, millones de familias; por eso les decimos que en un futuro gobierno de Fuerza Popular vamos a cumplir con nuestra palabra y vamos a poder [...]. Planteamos, además, llevar y construir reservorios, más de mil micro y pequeños reservorios en toda la zona altoandina del país, *la construcción de canales de irrigación que permita que el agua llegue a las chacras*, que llegue a los campesinos, créditos blandos, pero, además, semillas mejoradas, asistencia técnica, que los técnicos caminen, se ensucien, pero además como antes, vamos a llevar las herramientas, los picos, tractores, directo al campo [...]. Queridos amigos, tenemos tantos retos, sabemos la problemática de nuestro país y queremos avanzar hacia el futuro, hemos tenido conflictos sociales, *vamos a priorizar el agua*, vamos a hacer que haya una sana convivencia entre la minería y agricultura, pero el agua tiene que estar primero para el consumo humano, segundo para la agricultura, tercero para la ganadería, y si es que sobra, para la minería. [...] (Fujimori, 7 de abril de 2016; las cursivas son mías).

Vamos a reactivar la economía invirtiendo muy fuertemente en infraestructura pública, pero no en los grandes negocios que les preocupan a los políticos de siempre para ver si se meten algo al bolsillo, sino en lo que el pueblo realmente demanda y necesita, porque no es posible que hoy en nuestro país, en muchas regiones como aquí en Lima todavía, *millones de peruanos, miles de familias no tengan ni siquiera agua potable*, no tengan ni siquiera saneamiento básico, no tengan centros de salud, eso tiene que cambiar y ahí estará nuestra prioridad como Frente Amplio [...] (Mendoza, 7 de abril de 2016; las cursivas son mías).

Nosotros no estamos en la posición infantil de decir minería o agua, *¡minería y agua!*, 28% del agua dulce del mundo, solo que el agua está donde debe estar gente y la gente está donde debe estar el agua, tenemos que hacer un gran pacto para traer esa agua y ese pacto será financiado por las materias primas del Perú, por eso es una política infantil y suicida y la solución es la que presentamos nosotros que es la del centro progresista y que somos los que podemos reconciliar el crecimiento económico con la distribución social [...] (Barnechea, 4 de abril de 2016; las cursivas son mías).

[...] pero a ese gasto agrario tenemos que darle un apoyo más activo y decidido en *tecnología de riego que aproveche más el agua* y eso debe hacer el Ministerio de Agricultura que no debe estar en manos de burócratas ni de ministros que pasaron de ganar de 15 mil a 30 mil [...]. En el tema agrario donde hay tantas implementaciones que hacer como la represa de allá en el Valle de la Leche en Lambayeque, una represa que por 50 millones de dólares nos permitiría tener *70 millones de metros cúbicos de agua reservados* y nos defendería del niño, pongo este ejemplo para que vean como esa inversión de 70 millones puede alimentar de 15 a 20 mil hectáreas en Íllimo, Pacora, 8 mil Túcume, en todos esos lugares [...] (García, 4 de abril de 2016; las cursivas son mías).

Y quiero hablarles de otra revolución, que es la revolución social pacífica, ¿en qué consiste? Aquí *en Lima 2 millones de personas sin agua en su casa, aquí en el Perú 10 millones de personas sin agua en su casa*, aquí en el Perú los desagües al río, al lago Titicaca, al mar, tenemos que arreglar eso. ¿Y saben qué? La candidata contrincante, la pelona [...]. Recién se dio cuenta de que un montón de peruanos no tienen agua porque ella cuando vivía en el SIN abría el caño y ahí Montesinos le ponía el agua. Recién se dio cuenta de que hay un montón de gente que anda con balde así, que le paga al camión, recién se dio cuenta que al lago Titicaca fluye los desagües de Juliaca y Puno, recién se dio cuenta. Entonces vamos a recordarle, *agua, agua para todos en el Perú hoy* (Kuczynski, 2 de junio de 2016).

Puno que llevan años esperando, pero también, y como he dicho siempre, tenemos que hacer las obras que le mejoran la calidad de vida a las personas, y es que es inaceptable que teniendo los recursos que tenemos [un] *30% de las familias en nuestro país vivan sin redes de agua*, sin desagüe. El agua es un derecho y por eso hemos dicho [que] no solamente utilizaremos nuestro presupuesto; de ser necesario utilizaremos el Fondo de Estabilización Fiscal para poder invertir no solamente en el tema del agua, fortaleceremos el COFOPRI para entregar un millón de títulos de propiedad. ¡Y haremos urbanizaciones populares, agua, desagüe, pistas, veredas, muros de contención, todo esto para la familia peruana! [...] (Fujimori, 2 de junio de 2016; las cursivas son mías).

De todas estas menciones en torno al agua como recurso indispensable para el desarrollo del país, encontramos diversas vinculaciones. Por un lado, como inversión en infraestructura social para la calidad de vida; por otro, como elemento sustancial para el desarrollo del agro y fuente de conflictividad social. De manera menos recurrente, este tema lleva a los candidatos al planteamiento de la problemática medio ambiental, de la cual Barnechea y Kuczynski señalan la importancia de la temática forestal.

Como parte del desarrollo del agro, los candidatos Fujimori tanto en primera y segunda vuelta, así como Barnechea y García se refirieron a la problemática del crédito agrario que aqueja a los agricultores. Y a ellos se agrega el candidato Kuczynski y la candidata Fujimori, quienes señalan la necesidad de proveer de asistencia técnica. Un caso particular y único propone el candidato García al proponer el seguro campesino, aunque de manera tangencial el candidato Barnechea señala la igualdad de derechos y beneficios sociales para los sectores más olvidados.

Todos los candidatos plantean su propuesta desde un «nosotros». Hemos de advertir que dos candidatos enuncian el tema en clave de ataque a otros candidatos. En el caso de Barnechea plantea la política «infantil» del otro, creemos que hace referencia al Frente Amplio. Mientras que en el caso de Kuczynski en segunda vuelta y en un contexto de mayor polarización, el ataque es personalizado

al emplear la expresión «la pelona», dirigida a la candidata Keiko Fujimori. Este ataque personalizado tiene sus raíces en el debate electoral televisado en primera y segunda vuelta. Más allá de lo anecdótico, la personalización adquiere expresiones no solo en el campo de lo propositivo o lo que algunos estudios denominan como aclamación, sino en los enunciados categorizados como ataques, sin que esta expresión suponga un juicio moral o ético al respecto. El conflicto es parte de la campaña electoral y mucho más en sistemas electorales tan competitivos como el nuestro; lo que queremos destacar es que el ataque puede ser dirigido hacia políticas o hacia personas (candidatos, aliados, etcétera). En ambos casos son indicadores en el análisis de contenido funcionales de la personalización del discurso en general y de la privatización del discurso en particular.

1.4. Pequeña y mediana empresa

Otro tema recurrente está vinculado a los emprendedores y sus pequeñas o medianas empresas. En algunos casos se presenta de manera reaccionaria al precisar que solo se ha beneficiado a las grandes empresas; no obstante, todos los candidatos abordan el tema tributario.

Y el Perú es un país de emprendedores, emprendedores. ¿Por qué? Porque aquí el Estado no te da nada; entonces tú debes hacer tu cosa, tú solito, y te te, te mueves, te mueves, buscas, haces un esfuerzo. Aquí está Máximo San Román que empezó... en Quispicanchis en el Cusco y hoy tiene una linda fábrica de hornos de panadería que se venden en todo el mundo. Ahora, al pequeño empresario tenemos que ayudarlo, *vamos a bajar los impuestos, vamos a facilitar el crédito* y vamos a hacer que estas pequeñas empresas crezcan y puedan contratar a miles de trabajadores en planilla, si no, no sirve (Kuczynski, 6 de abril de 2016; las cursivas son mías).

A las mypes, a las micro y pequeñas empresas, aquellos que están en Villa el Salvador, [...] planteamos, por ejemplo, *el IGV justo*. ¿Eso qué quiere decir? Que hoy una persona, un comerciante que hace una venta está obligado a pagar a la Sunat ese mismo mes, si hace cinco ventas, lo mismo, pero todos sabemos que normalmente se demoran sesenta o noventa días en recibir el pago y durante ese proceso nos quedamos desfinanciados. Con esta propuesta de IGV justo vamos a dar noventa días a los pequeños emprendedores para recién ahí poder pagar a la Sunat [...]. *La otra propuesta es tributación cero*. ¿Eso qué quiere decir? Los dos primeros años de un emprendedor son vitales, pero también muy difíciles; es ahí donde se forma la empresa. Y, entonces, ¿qué es lo que planteamos? Que esos dos primeros años se van a pagar cero impuestos, cero tributación y a partir del tercer año, de manera progresiva, recién empezarán con sus obligaciones, de esta manera el Estado acompañará

el crecimiento de esta fuerza de los emprendedores del Perú [...] (Fujimori, 7 de abril de 2016; las cursivas son nuestras).

Vamos a reactivar la economía de las familias peruanas con crédito barato para esos pequeños empresarios, para esos pequeños productores que sacan adelante nuestro país con su esfuerzo, su dedicación y sin ningún apoyo del Estado, para ellos, *crédito barato* (Mendoza, 7 de abril de 2016; las cursivas son nuestras).

[...] vamos también a darle *crédito a las Pymes*, a las pequeñas empresas. ¿De qué nos sirve tener tantos tratados de libre comercio si las pequeñas empresas no pueden acceder a ellos y solamente acceden los grandazos? ¿Cómo hacemos para que cerca de acá, el pujante empresario de Gamarra pueda llamar a hacer una zona franca de promoción industrial con promoción y con crédito? [...] (Barnechea, 4 de abril de 2016; las cursivas son mías).

[...] pero para crecer, este es nuestro segundo objetivo, nosotros necesitamos destrabar todo aquello que ha hecho este gobierno para poner obstáculos a quienes quieren invertir y producir y también al mismo Estado. [...] Un pequeño exportador, pequeñísimo, me explicaba hace unos días, allá en Puno, donde se aventuró a exportar, que él en nuestro gobierno con tres documentos podía exportar y enviar, pero ahora necesita 28 permisos y documentos; por consiguiente, sus obreros y empleados que tenían la ilusión de tener un trabajo están defraudados. Eso ocurre en la pequeña minería, en la pequeña empresa y también en la agricultura. Mi objetivo es de frente [...]. Mi instrucción a los ministros desde el primer día será al sector: «Tienes veintitrés meses para reducir, para acortar todos los trámites y todos los plazos para facilitar la producción y la creación de empleos». [...] pero en segundo lugar *tenemos que evitar que el Estado persiga y se ensañe con quien comete el delito de abrir una tienda o de crear una pequeña industria y su instrumento ha sido en estos años la Sunat*, la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, que recauda lo mismo que hace años, nada hemos avanzado, pero a cambio de eso se han dedicado con sangre, con crueldad, a perseguir al pequeño, al microempresario. No tiene ojos para las grandes empresas, no le interesan las grandes transnacionales, esas pueden litigar y seguir debiendo por veinte años, a otros, al pobre y hasta al mototaxista le quitan su instrumento de trabajo, ¡vamos a terminar con esa ola fuerte de injusticia! (García, 4 de abril de 2016; las cursivas son nuestras).

Los discursos de los candidatos en segunda vuelta mantienen el mismo planteamiento. En todos los casos las propuestas aparecen en el marco de un «nosotros», aunque nuevamente en el discurso de García aparece la enunciación personalizadora: «Mi instrucción a los ministros desde el primer día será al sector: “tienes veintitrés meses para reducir, para acortar todos los trámites y todos los plazos para facilitar la producción y la creación de empleos”» (García, 4 de abril

de 2016). No obstante, la tendencia en los discursos de los candidatos ha sido el planteamiento de propuestas desde la idea de un «nosotros» y no la de un «yo» personalizador.

1.5. ¿Temas menores?: salud, pensiones, industrialización

Estos temas se presentaron con menor recurrencia en los discursos de los candidatos, uno de ellos fue el tema de salud. Barnechea, Mendoza y Kuczynski insistieron en el seguro universal que debe proveer el Estado, y García enfocó el tema por el lado de la humanización de la atención. Tanto García como Kuczynski en la segunda vuelta plantearon el tema del seguro dirigido al sector rural. En el tema de pensiones, García anunció que en un futuro gobierno aumentaría las pensiones a los jubilados y tanto Fujimori como Mendoza se comprometieron a mejorar Pensión 65, programa dirigido al adulto mayor en extrema pobreza, implementado en el gobierno del exmandatario Ollanta Humala.

¿Cuál es el papel que juegan las recurrencias menores en las disertaciones orales de los candidatos? En general, podemos señalar que es un indicador de menor consenso sobre la importancia del tema en el marco de una agenda electoral. Sin embargo, si la excepcionalidad es presentada como un eje particular a todo el discurso verbal, se convierte en una marca diferenciadora con respecto a los demás candidatos y en cierta medida construye una identidad tanto al candidato como al partido que representa. Esto lo podemos observar en el contraste entre el discurso de Barnechea y García sobre el tema industrial. El tema de la industrialización fue un núcleo estructurador en el discurso del candidato Barnechea, mientras que para el candidato García fue uno entre otros temas la necesidad de fomentar el valor agregado a la explotación minera y la creación de parques industriales. Lo mismo podemos decir del caso de Verónica Mendoza cuando establece como problema central que el país ha sido una despensa de mano de obra barata y de recursos naturales generando con ello explotación. Desde esa premisa, articula toda su propuesta. Otro caso es el de la candidata Fujimori, quien en ambas exposiciones enarbola sus cinco años de viajes con la finalidad de construir partido y es desde ese punto que al recoger las necesidades de las regiones más lejanas y olvidadas del país articula su propuesta. Los casos señalados plantean temas paraguas no recurrentes, pero es justamente en esa excepcionalidad que las distinguen de otras disertaciones más fragmentadas y dispersas.

2. ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS Y RECURSOS RETÓRICOS

Más allá de los temas recurrentes en los discursos verbales de los candidatos, cabe preguntarnos cómo es que estas recurrencias se organizan y si estas formas organizativas que incluyen recursos retóricos conforman estéticas del discurso político electoral³. Ellas son importantes en tanto son creadores de sentido y expresión de la identidad no solo de los candidatos sino de las agrupaciones que representan. En algunos casos pueden constituir elementos diferenciadores o particulares y en otros casos revelan un estilo del habla político electoral.

2.1. El candidato no está solo

Un elemento por destacar en la expresión de las disertaciones orales de los candidatos en los cierres de campaña son los apoyos con los que cuenta el candidato. En primer lugar, tenemos la presencia de un animador, cuya función es la de motivar al público presente como una forma de darle respiro y descanso al candidato. Tanto en primera como en segunda vuelta el candidato Pedro Pablo Kuczynski contaba con un animador que alentaba al público, pero que al mismo tiempo ejercía la función de categorizador del discurso, es así, que, si el candidato hacía referencia a la educación, al animador le tocaba decir: ¡PPK Educación! Además del animador, estuvieron presentes los miembros de su plancha presidencial (Martín Vizcarra y Mercedes Aráoz), quienes le indicaban el orden de los temas que debía expresar. Asimismo, se observan diferencias entre la primera y segunda vuelta. En la primera vuelta, las intervenciones del candidato son mucho más extensas; mientras que, en la segunda vuelta, su discurso verbal aparece mucho más fragmentado reduciéndose en la práctica a frases muy sencillas. Verónica Mendoza presenta similar configuración, disertaciones que van siendo apoyadas por el animador del evento. En este caso, solo tiene la consigna de insistir en la misma frase: ¡Vero Presidenta! con muy pocas variaciones. Ambos casos nos muestran una discontinuidad discursiva, en la que la disertación verbal se configura como un pseudodiálogo entre el mensaje del candidato y la ovación provocada por el animador. Ambos candidatos cuentan con trayectorias políticas previas y se caracterizan por representar a agrupaciones especialmente creadas para este proceso electoral. Si bien no es la primera postulación de Pedro Pablo Kuczynski, su agrupación Peruanos Por el Cambio fue creada para la postulación

³ Las formas organizativas de un texto son lo que en semiótica se conoce como «dispositivo de inscripción», cuya función es la de establecer una coherencia y un estilo al conjunto de signos presentados en el texto analizado (Fontanille, 2014).

de estas elecciones; en el caso de la candidata Verónica Mendoza, el Frente Amplio es una alianza de agrupaciones de orientación izquierdista.

Un segundo grupo de casos los tenemos con candidatos cuyo animador solo interviene al inicio y al final de la disertación verbal: es el caso de Alan García y Alfredo Barnechea. Sus discursos verbales se interrumpen con los aplausos o la ovación de los presentes, pero estos no son estimulados por un animador. Estas situaciones revelan un manejo más autónomo del candidato, quien decide cuando dar pase al auditorio; no requiere la necesidad de un apoyo que estimule la ovación. La habilidad del orador es suficiente o estamos ante una audiencia entrenada para llenar el vacío que el orador requiere cuando necesita de una pausa. No consideramos una casualidad que ambos candidatos en quienes se produce este fenómeno pertenezcan a partidos políticos de larga trayectoria y en cuya tradición la oratoria del actor político es un aspecto clave de su capacidad de liderazgo. Un caso particular es la candidata Keiko Fujimori, cuya disertación oral la realiza sin apoyo de un animador. Su discurso verbal es pausado por el *jingle* creado para su campaña: «Cada vez más fuerte, cada vez más cerca, vamos Keiko, vamos, vamos Keiko vamos, vamos presidenta, vamos que ganamos» (Fujimori, 7 de abril de 2016). Esta forma de articulación verbal sugiere la presencia de elementos modernos vinculados al *show* publicitario.

Esta diferenciación en los modos de articular la oratoria de los candidatos es representativa de los espectadores que los acompañan. En el caso de Kuczynski y Mendoza, al representar agrupaciones creadas especialmente para el proceso electoral, se supone que las audiencias son ciertamente imprevisibles; de ahí la necesidad de un apoyo al candidato que asegure el ánimo del público presente. Volvemos a insistir en que en ambos casos los candidatos cuentan con experiencia política previa, pero la novedad de su organización supone también la novedad de los espectadores que, aunque hayan militado o participado anteriormente en partidos, por primera vez se encuentran juntos bajo dicha organización o ante dicho candidato. Situación diferente sucede con aquellos candidatos cuyas organizaciones ya cuentan con experiencia en competencias electorales y en las que el comportamiento de la audiencia presente es más previsible.

Lo que sí debemos resaltar es que la disertación oral de los candidatos no se presenta como un monólogo, sino como un diálogo entre el orador y sus espectadores. Si bien la intervención de los espectadores no es comparable en términos de discurso verbal, cumplen la función emotiva necesaria para darle un carácter euforizante a la intervención del candidato y construir con ello el atributo de liderazgo, necesario para la competencia electoral. No solo es necesario ser buen orador, sino contar con los efectos especiales necesarios para que el candidato aparezca como un líder.

2.2. Los candidatos y sus retóricas

Otro elemento por destacar es la presencia de tres artilugios retóricos representativos de los grados de personalización tanto del candidato como de la agrupación que representan. En primer lugar, tenemos la incorporación de la retórica histórica. Mendoza empieza su disertación verbal remontándose a la Lima de todas las sangres, al Cusco del levantamiento de Túpac Amaru y Micaela Bastidas, a las luchas sindicales simbolizadas en la Plaza Dos de Mayo (lugar donde se lleva a cabo el evento), hasta llegar al Frente Amplio, el recorrido histórico reafirma la identidad revolucionaria de su candidatura y de su alianza. Alfredo Barnechea, por su lado, inicia su discurso con una remembranza de Fernando Belaunde Terry, líder histórico y fundador del partido, pero cuando más se aprecia su retórica histórica y afianza su identidad intelectual es al cierre de su intervención. El candidato finaliza su discurso con un recuento histórico que se inicia en la batalla de Junín y Ayacucho (1824), la fundación del Colegio Guadalupe (1841), Bolognesi en la Guerra del Pacífico (1880), Piérola y las montoneras (1895) terminando con Belaunde y el partido Acción Popular (1956), y hace un símil entre su candidatura y la del actual presidente americano Obama. Todo ello para reafirmar la idea de una lucha por una patria inclusiva y la esperanza de que con pocos recursos se pueda conquistar el poder.

En segundo lugar, contamos con retóricas autobiográficas más personalistas, sin duda, que las anteriores, que evocan aspectos de la historia privada o pública de los candidatos. Es el caso de Pedro Pablo Kuczynski, quien en varios momentos de su intervención en el cierre de campaña de primera vuelta menciona la labor de su padre como médico y de su madre como maestra de idiomas y resalta, en ambos casos, su vocación de servicio a la patria. Para la segunda vuelta coloca un detalle emotivo al leer una carta dirigida a su hija Susy⁴ en la que aprueba su decisión de estudiar medicina como su abuelo y la importancia de la profesión al servicio del otro. En el caso de Keiko Fujimori, la retórica biográfica la delega en las personas que anteceden su discurso, es el caso de José Chlimper quien señala que la conoce desde muy joven y que ha sido testigo del proceso de maduración de la candidata. Un caso particular es el candidato García, quien en varios momentos de su discurso hace referencia a los cuestionamientos de sus enemigos políticos, pero resulta

⁴ No podemos olvidar que la lectura de dicha carta tiene una estrecha relación con los cuestionamientos que el candidato tuvo al inicio de la campaña electoral en segunda vuelta por su viaje a Estados Unidos. Se insistió en que debía estar en el país para proseguir en la campaña y se especuló que se estaba haciendo campaña con los peruanos residentes en Estados Unidos. Al final se esclareció que el candidato permanecía en dicho país para la celebración del cumpleaños de su hija.

curioso las reiteradas invocaciones religiosas que hace durante su discurso y que ilustramos a continuación:

Dios Todopoderoso, Dios creador y padre, escucha nuestras palabras que son una oración. No nos mueve ni la ambición ni el odio; nos mueve lo único que puede darnos un lugar en el futuro, nos mueve el amor al pueblo. Hace veinticuatro años y dos días dormía por los techos de las casas cercanas a mi vivienda, donde estaban mis hijos que tenían pocos años y que fueron asaltados por 200 soldados, y ningún canal ni radio quiso transmitir eso porque ya estaban ofuscados por el terror [...] (García, 4 de abril de 2016).

El discurso de cierre de campaña del candidato aprista es una suerte de diálogo y remembranza entre el público presente y Dios. Caben múltiples interpretaciones y especulaciones al respecto que van desde la desesperación o desesperanza del candidato hasta el uso del componente religioso para conseguir votos. Sin embargo, esta estilística entre discurso político y plegaria destaca como un caso particular entre las siete disertaciones analizadas, lo que convierte su cierre de campaña en una misa ritual, que prescindimos de adjetivar. Solo indicaremos que la retórica histórica remite a una mayor institucionalización frente a la retórica biográfica que remite a una mayor personalización.

3. EL OBJETO-SOPORTE DEL CANDIDATO: LA CALLE Y EL EVENTO

Hemos tomado como punto de partida las disertaciones verbales de los candidatos, quienes a pesar de estar compitiendo entre sí están conectados al recurrir a los mismos temas. El habla de los candidatos en sus cierres de campaña crea sentidos comunes y una agenda política electoral. No obstante, no están exentas de diferencias, dado que los temas no son enfocados de la misma manera, pero es probable que estos matices sean percibidos por aquellos más informados o más comprometidos con su candidato que se dan el tiempo de comparar propuestas. Sin embargo, encontramos patrones organizativos al interior de los discursos verbales de los candidatos que van creando una estilística de su oratoria. En este aspecto encontramos que las diferencias tienen relación con la agrupación política que representa. El candidato no solo recrea una identidad propia sino la del partido o alianza que acompaña; esto se aprecia con mucha más nitidez en los cierres de campaña en los que se dirige a sus partidarios o simpatizantes. Llegado a este punto cabe considerar el soporte sobre el cual descansa su disertación oral, estructurada como un diálogo entre candidato y público presente. Dicho soporte

forma parte de la articulación discursiva que no solo crea sentido a partir del texto sino también del objeto soporte y su envoltura⁵.

3.1. La puesta en escena: el escenario

A partir de la observación realizada encontramos que el soporte principal de este diálogo entre candidato y la ovación de sus partidarios y simpatizantes construyendo la idea de un partido o agrupación política no es otra cosa que la calle, espacio público por excelencia regulado por la autoridad local. Sin embargo, no cualquier punto de la calle resulta idóneo para una concentración que pretende ser masiva.

Tabla 1. Sedes de los cierres de campaña en primera vuelta

| Agrupación o alianza | Lugar | Ubicación distrital | NSE |
|------------------------|----------------------------|---------------------|-----|
| Peruanos Por el Kambio | Campo de Marte | Jesús María | B-C |
| Fuerza Popular | Estadio Monumental | Ate | C-D |
| Frente Amplio | Plaza Dos de mayo | Centro de Lima | C-D |
| Acción Popular | Campo de Marte | Jesús María | C |
| Alianza Popular | Óvalo de la Avenida Brasil | Jesús María | B-C |

Fuente: Elaborada a partir de Nivel Socioeconómico-NSE (APEIM, 2015).

Como podemos deducir, los espacios por excelencia idóneos para convocar a gran cantidad de personas y que sean los suficientemente estratégicos para no consumir grandes gastos para la movilización de personas están ubicados en distritos cuya representatividad socioeconómica pertenecen en la mayoría de los casos observados a los sectores C. La mayoría de las agrupaciones políticas consideran que dichos espacios reúnen las condiciones necesarias para la concentración de sus simpatizantes. Buscar un espacio de centro no solo geográfica sino también socioeconómicamente resulta significativo en relación al espectro ideológico que se busca representar. Por otro lado, se eligen parques o plazas justamente por su capacidad de concentración de personas.

⁵ Aquí recogemos el concepto de «objeto-soporte» cuya morfología, funcionalidad y forma exterior evoca los usos o prácticas (Fontanille, 2014). Por otro lado, la noción de objeto es tomada del término «cuerpo-objeto», que puede ser evocado como materia-energía y como envoltura (2008). La envoltura y sus funciones nos resultarán especialmente útiles, no solamente en su calidad de soporte de huellas sino también de contención de esa materia-energía, que en nuestro análisis es el evento. Si el evento no es contenido, su funcionalidad se desvanece y dispersa.

Debemos resaltar dos casos particulares. En primer lugar, el caso de Alianza Popular y el candidato Alan García, quien inicia su discurso haciendo alusión al lugar en donde se lleva a cabo el cierre de campaña:

Habíamos solicitado como siempre el *Paseo de la República*, que es el escenario natural dedicado a la dimensión del Aprismo y de la Alianza Popular. Nos fue negado. Pero Dios quiso que nos entregaran como escenario este óvalo de la avenida Brasil donde cada 29 de julio desfilan nuestros soldados, nuestros militares y nuestros policías, yo siento esto como un augurio porque los he visto desfilan a miles que apremian con su vida ante el crimen y el terrorismo y sé que el próximo 29 estaremos aquí el presidente, los soldados y la policía (García, 4 de abril de 2016; las cursivas son mías).

El candidato hace alusión a un pedido de llevar a cabo su cierre de campaña en el Paseo de la República, ubicado en el Centro de Lima, lugar emblemático que tiene como sede al Palacio de Justicia. Por otro lado, es un lugar de importancia estratégica dado que el transporte público converge en dicha zona, tiene una amplia capacidad de concentración y se encuentra cercano a la sede central tanto del APRA como del Partido Popular Cristiano que conforman la denominada Alianza Popular. Pero, sobre todo, podríamos decir que el lugar, más allá de todas las características señaladas, tiene un mayor rango de importancia con respecto al lugar que la autoridad local autorizó. Aun así, el candidato se coloca como víctima, pero a su vez hace un esfuerzo en su alocución por darle un sentido al espacio en donde lleva a cabo su cierre de campaña. El óvalo de la avenida Brasil no deja ser un lugar común entre otros de la ciudad y, de cierta manera, tiene un carácter humillante el que tenga que llevar a cabo su discurso allí. Aun así, es representativo del precario papel que la alianza ha llevado a cabo en las elecciones.

Otro caso que cabe resaltar es el cierre de campaña de Fuerza Popular. El estadio Monumental pertenece a uno de los clubes de fútbol más representativos del país; el lugar ha sido diseñado justamente para albergar multitudes. La explanada, espacio contiguo al estadio en donde se llevó cabo el cierre de campaña, se emplea usualmente para conciertos. No es casual que el lugar escogido sea de importancia logística para el partido Fuerza Popular que, dado su lugar en las encuestas, prometía una gran convocatoria. Fue el único partido que emplazó su evento en un distrito de mayor representatividad y acceso a sectores populares. Mientras las demás agrupaciones convergían en espacios tradicionales que representan al centro socioeconómico de la ciudad, la apuesta de esta agrupación decidió inclinarse hacia el espacio de los sectores populares. Un lugar de eventos masivos de entretenimiento ubicado en un sector representativo de los sectores emergentes otorga como soporte

al discurso de la candidata significados que le dan un valor diferencial en el plano discursivo. No olvidemos que la diferencia hace sentido.

En esa misma lógica, la elección de la Plaza Dos de Mayo adquiere mucho sentido para el Frente Amplio. No en vano, la candidata no pierde la oportunidad de hacer mención a ello:

Ese grito libertario haciendo eco de la lucha, de la resistencia de tantos años y tantos siglos de nuestros pueblos y hoy esta noche nos encontramos aquí en Lima, en esta plaza histórica Dos de Mayo, donde también evocamos un momento histórico en donde se fue afianzando nuestra independencia en la unidad de pueblos y países hermanos. En esta plaza histórica, otro tanto tiempo después se dieron cita bajo el liderazgo de un sindicalista cusqueño y valiente, miles de trabajadores un primero de mayo de 1992, en esta plaza, bajo el liderazgo de Pedro Huillca Tecse, para decir no a la dictadura (Mendoza, 7 de abril de 2016).

Señalado en el discurso de la candidata, la plaza que soporta su cierre de campaña resulta muy significativa en el campo del sentido. La plaza «histórica» es sede de las principales centrales sindicales, hoy venidas a menos, pero en el imaginario popular esta plaza es el espacio de las luchas por los derechos laborales.

Cabe aclarar que nos referimos a los cierres de campaña principales, ya que, como en muchas cosas, los cierres de campaña por agrupación se han diversificado. La última semana electoral, los equipos de campaña organizaron más de un cierre de campaña, no solo en Lima sino en otras regiones del país. El cierre de campaña deja de ser un evento central y se extiende hasta la última semana de actividades antes de la jornada electoral.

Tabla 2. Sedes de los cierres de campaña en segunda vuelta

| Agrupación o alianza | Lugar | Ubicación distrital | NSE |
|------------------------|--|---------------------|-----|
| Peruanos Por el Cambio | Campo de Marte | Jesús María | B-C |
| Fuerza Popular | Frontis de la Municipalidad de Villa El Salvador | Villa El Salvador | C-D |

Fuente: Nivel Socioeconómico-NSE (APEIM, 2015).

Para la segunda vuelta, el candidato ganador de las elecciones mantuvo el mismo lugar de cierre de campaña. La candidata fujimorista hizo un cambio interesante al trasladar su cierre de campaña al distrito de Villa El Salvador. Villa el Salvador es

significativamente representativo de los sectores emergentes populares, cuya historia se remonta a la invasión de un arenal y conecta con los distritos que reúnen las mismas características; es representativa de los sectores que emigraron del interior del país a la capital. La capacidad emprendedora de estos sectores ha sido motivo de muchos estudios. En ese sentido, para la segunda vuelta ambos candidatos buscan asentar sus cierres de campaña en los sectores emergentes medios, por el lado de Peruanos Por el Kambio con una ligera inclinación hacia los sectores más acomodados de la ciudad y en el caso de Fuerza Popular hacia los sectores más populares.

Lo que hemos intentado en este apartado es corroborar cómo los espacios en donde se desarrollan los cierres de campaña se convierten en soportes que inscriben significados a las disertaciones verbales de los candidatos; sin embargo, no podemos dejar de lado el hecho de que dichos espacios son organizados y vestidos para dicha ocasión, lo que teóricamente hemos denominado «envoltura». No es la simple calle, es el lugar convertido en espacio de un acontecimiento en donde todos los actores en competencia construyen una estética común. Un protocolo de organización espacial hace que estos lugares se disfracen momentáneamente en la sede de un evento. El soporte, con su envoltura, cumple una función de contención de la energía discursiva y divide el lugar en dos espacios: el estrado o escenario y la tribuna de los espectadores. Ambos componentes convierten el lugar en la sede de un espectáculo.

En todos los casos, los escenarios son decorados bajo el patrón estilístico de un concierto musical con grandes toldos, gigantografías, pantallas gigantes y acondicionados con grandes parlantes para que todos puedan escuchar. Cada puesta en escena es reveladora del capital económico que maneja la organización o equipo de campaña de la agrupación o alianza política. En algunos casos como los de Acción Popular y el Frente Amplio, las pantallas gigantes proyectan videos especialmente producidos para la ocasión o recopilaciones de las declaraciones del candidato. Cuando los diversos oradores se hacen presentes, las pantallas permiten a las personas que se encuentran más lejanas al estrado no solo escuchar sino ver a quien habla.

Figura 1. Cierre de campaña de Fuerza Popular - Primera vuelta



Fotografía: Andrei Atanazowski.

Probablemente la más modesta y austera de estas puestas en escena fue el cierre de campaña de Alianza Popular y su candidato García, los que estratégicamente para mitigar dicha imagen colocaron a la prensa en el mismo estrado, de manera que la imagen proyectada era el de una multitud, pues las diversas técnicas de los lentes de cámara permiten convertir a un pequeño grupo de entusiastas simpatizantes en una multitud fervorizada.

En los demás casos, cabe preguntarse por la visibilidad que adquirieron los candidatos al Congreso en los cierres de campaña de primera vuelta como indicador de institucionalidad partidaria o de personalización. En el cierre de campaña de Acción Popular, los candidatos al Congreso por Lima fueron presentados en grupo antes del discurso del candidato, luego fueron retirados del estrado. Diferente configuración se presenta en el Frente Amplio y Fuerza Popular, los candidatos al Congreso eran parte del fondo escenográfico. Colocados en un estrado, expresaban orden, disciplina e institucionalidad. Este detalle visual es de suma importancia, dado que el candidato no aparece solo, sino acompañado de sus candidatos al Parlamento. Algo distinto ocurrió con los candidatos de Acción Popular y Alianza Popular, quienes aparecieron solos, hecho que indica una mayor personalización. El caso de Peruanos Por el Kambio posee una excepcionalidad en primera vuelta, dado que los candidatos al Congreso no aparecen en el escenario, pero el candidato aparece en toda su disertación verbal acompañado de su plancha presidencial siendo indicador de mayor institucionalización.

Pero la puesta en escena no es solamente el estrado principal que envuelve al candidato sino también el espacio designado para los partidarios y simpatizantes. En la observación realizada, no se trata de transeúntes que pasan aleatoriamente por allí. Existe por parte de la agrupación política una logística de movilización de personas para recrear la representación de un público espectador. Más allá de buses y de si contratan a las personas para que asistan a estos eventos, encontramos diferentes modos de organización del público espectador y del estatus entre ellos. En algunos cierres de campañas los espectadores acuden agrupados por bases distritales y en otros casos acuden en torno a los candidatos al Congreso de la República para el caso de la primera vuelta. Cada grupo portando pancartas, banderolas, entregando folletos. En algunos casos acompañados por grupos de danzas o de arte. Todos pugnando por hacer presencia y capitalizarla a los ojos del candidato.

Figura 2. Cierre de campaña de Acción Popular - Primera vuelta



Fotografía: Samantha Hare.

Figura 3. Cierre de campaña de Frente Amplio - Primera vuelta



Fotografía de Manuel Castillo.

Figura 4. Cierre de campaña de Peruanos Por el Kambio



Fotografía: Daniel Fonseca.

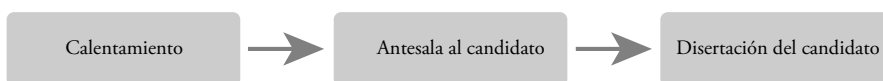
En ese sentido, la organización por bases distritales remite a una mayor institucionalidad de la agrupación política que aquella que gira en torno a la figura de un candidato congresal que además hace campaña dentro del evento. Asimismo, en algunos casos se pudo apreciar la designación de zonas diferenciadas para los asistentes muy sutilmente colocada con barreras. Esto con la finalidad de asegurar que, en la parte delantera, a modo de zona vip como funciona en los conciertos, se encuentren los simpatizantes de ciertos candidatos con funciones emotivas muy claras (aplaudir, corear, gritar, etcétera). La idea fundamental sigue en el campo discursivo, se trata de representar a una multitud enfervorizada.

Así como se asignaban y clasificaban espacios para los espectadores, también se designó un lugar especial para la prensa. En todos los casos, a excepción del cierre de campaña de García, los reporteros gráficos fueron asignados al frente del estrado a una distancia que permitiera recoger en el encuadre no solo al gran estrado sino a la multitud que ocupa un lugar en el espacio delantero. Dejando de lado esta excepción, vuelve a surgir la función del animador que en la mayoría de casos no solo animaba y «calentaba» el ambiente previo a la aparición en escena del candidato, sino que solicitaba constantemente que los grupos bajaran sus banderolas porque obstruían la visión de los reporteros gráficos. Resulta interesante que en algunos casos los asistentes obedecían porque se les ofrecían alternativas de ubicación (colocación de las banderolas en los extremos), pero en otros casos, como el del Frente Amplio, fieles a su carácter disruptivo, no hacían caso a las solicitudes del animador. Un detalle significativo aconteció en el cierre de campaña de Keiko Fujimori en la primera vuelta en el que ella misma pide que se bajen las banderolas: «Muy buenas noches queridos amigos de todo el Perú, vamos a ir bajando los carteles y las banderas, por favor» (Fujimori, 7 de abril de 2016).

El espacio especialmente asignado a la prensa es sumamente vital para la organización del evento, porque revela que no se trata solamente de un encuentro entre candidato y futuros electores (simpatizantes o partidarios), sino que se trata de un evento construido para los medios de comunicación. Los cierres de campaña se convierten en la última oportunidad para hacer propaganda electoral hacia la opinión pública, por tanto, buscan convertirse en noticia para que cumplan su objetivo en el marco de una campaña electoral. Las recurrencias temáticas del candidato se formatean en un diálogo con la masa para que a su vez se conviertan en discurso audiovisual periodístico en un contexto en el cual ya no se publican sondeos de preferencia electoral y está por iniciarse la prohibición de propaganda electoral.

4. UNA SECUENCIA ESPECTACULAR

Como lo mencionamos anteriormente, el soporte y su organización espacial nos remiten a la construcción de un evento mediático⁶. Esto conlleva una secuencia que confirma este postulado discursivo, el discurso del candidato es un discurso para los medios. Llama la atención que todos reunieron la misma secuencia: convocados con mucha anticipación se anuncia una primera etapa de calentamiento en la que se ofrece a los que van llegando grupos musicales para amenizar el ambiente, mientras van llegando los grupos organizados por distritos y por candidatos al Congreso. Luego de que los grupos han sido ubicados se inicia la antesala al discurso para finalizar con el discurso del candidato.



Todas las agrupaciones y alianzas políticas estudiadas sin excepción emplean para el calentamiento la presentación de grupos musicales. La mayoría emplearon grupos de música popular. De la misma manera que en el caso de la escenografía este uso revela el capital económico de la organización de campaña. Los grupos de cumbia fueron los más presentes en la campaña. Al respecto, el cierre de campaña del Frente Amplio se diferenció en este espectro pues presentó a varios grupos de música vernacular.

4.1. Los candidatos y sus antesalas

Parte de este artículo supuso el esfuerzo de una observación de corte etnográfico que nos permitiera conocer el entorno en el que aparecían los discursos de los candidatos. Sin embargo, no se logró observar todos los cierres de campaña, en algunos casos por su simultaneidad y en otros porque uno de los casos fue incorporado luego de la realización del presente trabajo (Alianza Popular). Fue así que en las siguientes afirmaciones no se toman en cuenta lo acontecido en el caso del cierre de campaña de Alianza Popular.

⁶ La definición de una secuencia se hace con la finalidad de incorporar en el nivel analítico del discurso la noción de «escena práctica», que se manifiesta como una secuencia de acciones con un fin estratégico. La noción de «práctica» la entendemos como cursos de acción abiertos de orientación estratégica, es decir, en interacción con otras prácticas (Fontanille, 2014).

Figura 5. Banner promocional del cierre de campaña de Peruanos Por el Kambio - Segunda vuelta



Fuente: Facebook de Peruanos Por el Kambio. <https://es-la.facebook.com/ppkoficial/>

Llama la atención las diferentes antesalas con las que se inicia la disertación de los candidatos y que son indicadores de los niveles de personalización de la campaña, pero a su vez reveladores de la identidad de cada candidato. El más tradicional de todos, no cabe duda, fue el candidato Barnechea que antes de dar inicio a su discurso le antecedió el discurso de un niño de Huancavelica, un hombre con discapacidad de Tumbes y una mujer de Lima. Con esta antesala el candidato ofrecía una imagen de pluralidad y representatividad: niño-hombre-mujer y sur-centro-norte. En cierta manera, trataba de despersonalizar su candidatura delegando en otros su rol de figura principal. Recordemos que algunos episodios durante la campaña resaltados por la prensa⁷ recrearon una imagen de candidato alejado de la humildad de los pobladores que visitaba o saludaba durante su campaña.

⁷ Durante la campaña se resaltaron episodios como el hecho de que Barnechea se negara a ponerse un sombrero típico de la zona o a probar unos chicharrones.

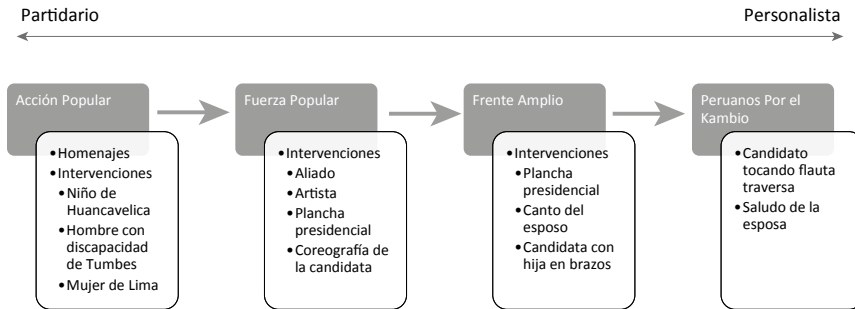
Algunos candidatos tuvieron una suerte de «teloneros»⁸ antes de su aparición. Si el animador actúa en algunos casos para mantener la emotividad durante la disertación verbal del candidato, el telonero se encarga de crearla antes de la presentación del candidato. Pero también es posible otra reflexión, no cualquiera puede ser el personaje que hable antes del candidato, debe cumplir una serie de requisitos o méritos para ejercer dicho rol. Esto sucede con la candidata Keiko Fujimori en primera vuelta: antes de su aparición ofrecen sus palabras un reciente aliado y excandidato del proceso electoral (Francisco Diez Canseco), una artista de televisión (Fiorella Cayo) y el candidato a vicepresidente (José Chlimper). Cabe destacar que luego de estas intervenciones se presenta un grupo de jóvenes bailando una coreografía del *jingle* de campaña y de manera inesperada, ante la ovación hilarante de los presentes, aparece bailando con los jóvenes la candidata de Fuerza Popular, quien, al terminar, toma el micrófono y empieza su discurso. A diferencia del caso anterior, la espectacularidad típica no solo de Fuerza Popular sino de todas las agrupaciones de identidad fujimorista está más presente frente a la sobriedad característica del candidato de Acción Popular.

Pedro Pablo Kuczynski hizo gala de su educación ilustrada tocando en su ya conocida flauta travesa canciones muy representativas de nuestra nación; luego de ello apareció su esposa, cuya función fue únicamente realizar un gesto de saludo al público y llevarse la flauta del candidato. Esta antesala artística marca un signo de espectacularidad que combina el carácter elitista del instrumento y la marca de peruanidad que coincide con cierta estética de fusión o marca de autor tan presente en la música como en la gastronomía. El polo opuesto está representado por la candidata del Frente Amplio, Verónica Mendoza, cuya antesala es el discurso de su plancha presidencial (Alan Fairlie y Marco Arana) y la intervención artística romántica del esposo que le compone y dedica una canción. La aparición de la candidata se produce con su hija cargada en brazos y el baile de huayno andino al son de un pequeño grupo de violines. La marca de peruanidad, etnicidad y tradición introducen el discurso de la candidata.

Como podemos observar, las antesalas son de distinto calibre. Por un lado, uno de tipo muy tradicional, lleno de gestos de homenaje e intervenciones de representatividad (Acción Popular), y en el otro extremo del espectro, una antesala muy personalista en la que el «telonero» es el candidato (Peruanos Por el Cambio). Entre ambos encontramos una antesala marcada por intervenciones de personajes de representatividad política con un cierre coreográfico (Fuerza Popular) y una

⁸ La expresión «telonero» se emplea en los espectáculos musicales, especialmente cuando se presentan bandas o artistas muy reconocidos. El telonero es un artista que se presenta antes de la figura principal para animar y preparar el ambiente.

antesala marcada por intervenciones también de personajes de representatividad política con cierre artístico, romántico, familiar (Frente Amplio).



La secuencia que hemos observado, que se pone en práctica en los distintos cierres de campaña, se comporta como una analogía con los espectáculos de entretenimiento. La naturaleza de esta gramática del acontecimiento que involucra tanto el discurso de candidato como al partido político, remite a la necesidad de calzar con un formato de lógica mediática. La entrañable figura del mitin político no ha desaparecido, sino que ha mutado hacia una estética mediática. El simpatizante o partidario cumple el rol en este acontecimiento de un extra de televisión. Pero la categoría de discurso televisivo aún puede quedar muy amplia; de lo que se trata es que encaje en el género de discurso noticiable, siendo la principal fuente de propaganda electoral la noticia política televisiva.

5. REFLEXIONES FINALES

¿Cuál es la importancia estratégica de los cierres de campaña? ¿Cuál es su relevancia con los partidos políticos en el marco del proceso electoral? Los cierres de campaña constituyen el discurso marco de las disertaciones verbales de los candidatos. Quedarnos solamente en el habla de los candidatos es dejar de lado una serie de componentes discursivos en los que los partidos se hallan involucrados y corremos el riesgo de concluir en una personalización ficticia. Es conocida la tesis de Searle, de que los hechos institucionales dependen del lenguaje, dado que las ideas que permiten su institucionalización dependen de la codificación de reglas expresadas a través del lenguaje (1997). Es así, que el discurso del candidato requiere del encuadramiento del acontecimiento en cuya institucionalización participan una diversidad de actores y un conjunto de reglas explícitas a través de la iteración de las acciones.

Las disertaciones verbales no aparecen, aunque lo sean, como monólogos de los candidatos. Su estructura nos remite a una interacción entre candidato y una muchedumbre animada, totalmente programada. Dicha interacción aparece en un soporte que es revestido y organizado espacialmente, en el cual los lugares asignan valores no solo a los candidatos sino también a los partidos que representan. En dicha organización espacial encontraremos la asignación del espacio destinado a la prensa haciendo de esta interacción, una interacción para los medios. En relación a ello, Gallardo señala esta situación como una paradoja del uso político del lenguaje, dado que el discurso político «es necesariamente un discurso monológico, concebido no obstante para la polifonía» (2014, p. 32). Dicha polifonía se halla expresada en la configuración que adquiere el evento político en su relación con los medios, es decir, para que sea escuchado, visto y comentado por millones de personas a través de la radio y televisión. En ese sentido, la propaganda electoral dejó su carácter unidireccional y se transformó en discurso multidireccional o polifónico. En el caso peruano, en el que los partidos sobrevivientes al colapso o inaugurados a partir de él han asimilado ese paso de la lógica movimientista a la lógica mediática⁹. Los mecanismos de asimilación han supuesto no la eliminación de las antiguas prácticas político discursivas sino su adaptación a los formatos mediáticos, en especial al formato periodístico. Para que dicha interacción sea asimilada por los medios, los cierres de campaña coinciden en secuencias de acción similares al del espectáculo musical.

La importancia estratégica de este evento, es volver noticia la representación de la disertación verbal de un candidato ovacionado por sus partidarios o simpatizantes. El cierre de campaña como discurso es parte de una política de representación del candidato y su partido que compite con otros partidos. Dichos eventos cobran especial relevancia en el contexto de la prohibición de publicación de sondeos y la próxima prohibición de propaganda electoral. Lo señalado hasta el momento contrasta con los estudios que se han llevado a cabo sobre teledemocracia y sistemas políticos en otros países. De acuerdo con Fabbrini, la preminencia de los medios de comunicación en la política ha llevado al ascenso del líder político como príncipe democrático. Señala que «la relevancia del líder [...] es inversamente proporcional a la de los partidos. Sin embargo, esta personalización de la política electoral no se transformó en personalización de la política gubernamental, ni tampoco en cuestionamiento de la democracia representativa» (2009, p. 77). Esta afirmación puede ser válida en sistemas políticos y partidarios consolidados. No obstante, en el caso de la región andina y de nuestro país en particular, la democracia

⁹ Sobre el colapso del sistema de partidos peruano y la premisa de la lógica movimientista frente a la lógica mediática véase Tanaka (1998).

representativa sí se ha puesto en cuestión traduciéndose en una intensificación de una democracia participativa o directa que ha hecho más difícil la recomposición del sistema partidario (Tanaka, 2005). La precariedad de la democracia peruana se expresa en sus partidos y en sus élites (Dargent, 2011), pero estos, a su vez, emplean el lenguaje de los acontecimientos para ponerlos en práctica.

BIBLIOGRAFÍA

- APEIM-Asociación Peruana de Empresa de Investigación de Mercados (2015). *Niveles socioeconómicos 2015*. <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2015.pdf>
- Blanco, Desiderio & Raúl Bueno (1980). *Metodología del análisis semiótico*. Lima: Universidad de Lima.
- Dargent, Eduardo (2011). *Demócratas precarios. Élites y debilidad democrática en el Perú y América Latina*. Lima: IEP.
- Fontanille, Jacques (2008). *Soma y sema: figuras semióticas del cuerpo*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Fontanille, Jacques (2014). *Prácticas semióticas*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Fabbrini, Sergio (2009). *El ascenso del príncipe democrático. Quién gobierna y cómo se gobiernan las democracias*. Buenos Aires: FCE.
- Gallardo, Beatriz (2014). *Usos políticos del lenguaje*. Barcelona: Anthropos.
- Searle, John R. (1997). *La construcción de la realidad social*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Tanaka, Martín (1998). *Espejismos de la democracia: el colapso del sistema de partidos en el Perú*. Lima: IEP.
- Tanaka, Martín (2005). *Democracia sin partidos. Perú 2000-2005. Los problemas de representación y las propuestas de reforma política*. Lima: IEP.

Discursos transcritos por la autora

- Barnechea, Alfredo (4 de abril de 2016). Discurso por el cierre de campaña de primera vuelta, elecciones 2016. Lima, Campo de Marte. Transmitido en vivo por TV Perú.
- Fujimori, Keiko (7 de abril de 2016). Discurso por el cierre de campaña de primera vuelta, elecciones 2016. Lima, explanada del Estadio Monumental. Transmitido en vivo por TV Perú.

- Fujimori, Keiko (2 de junio de 2016). Discurso por el cierre de campaña de segunda vuelta, elecciones 2016. Lima, frontis de la Municipalidad de Villa El Salvador. Transmitido en vivo por TV Perú.
- García, Alan (4 de abril de 2016). Discurso por el cierre de campaña de primera vuelta, elecciones 2016. Lima, Óvalo de la avenida Brasil. Transmitido en vivo por TV Perú.
- Kuczynski, Pedro Pablo (6 de abril de 2016). Discurso por el cierre de campaña de primera vuelta, elecciones 2016. Lima, Campo de Marte, Lima. Transmitido en vivo por TV Perú.
- Kuczynski, Pedro Pablo (2 de junio de 2016). Discurso por el cierre de campaña de segunda vuelta, elecciones 2016. Lima, Campo de Marte. Transmitido en vivo por TV Perú.
- Mendoza, Verónica (7 de abril de 2016). Discurso por el cierre de campaña de primera vuelta, elecciones 2016. Lima, Plaza Dos de Mayo. Transmitido en vivo por TV Perú.

EL DEBATE EN DEBATE

Carla Cueva

INTRODUCCIÓN

Debates políticos en el Perú hay muchos, pero debates electorales presidenciales hay solo unos cuantos. En definitiva, a pesar de solo contar con un número pequeño de debates en el marco de las elecciones nacionales, en los últimos años se ha logrado institucionalizarlos como un momento preciso en toda campaña electoral, que recientemente ha migrado su presencia del nivel nacional al subnacional.

Así, las elecciones generales 2016 marcaron un punto de quiebre, no solo por ser una de las campañas presidenciales con mayores complicaciones en nuestra historia reciente, sino porque, en lo referente a los debates, se logró cambiar tres elementos: el número de ellos, el formato a los cuales fueron expuestos los candidatos y el lugar donde se realizaron los debates, con lo que se cambió la dinámica de lo que implicaba realizar un debate presidencial en el Perú.

Los debates electorales funcionan como un buen resumen de las estrategias políticas de los candidatos durante cada campaña electoral y, a su vez, exponen los programas de sus partidos políticos. Es importante, entonces, señalar que, si bien sirven para exponer los planes de gobierno a la ciudadanía, son también una manera de medir al oponente y comparar a la competencia política en un espacio controlado y de gran cobertura.

El único debate de primera vuelta de la última elección nacional guardó grandes similitudes con el debate de primera vuelta de las elecciones 2011, pero cuando se inició la campaña electoral de la segunda vuelta, la expectativa creció por dos razones: en primer lugar, porque se dejaron de lado los temas sobre las candidaturas que empañaron la primera vuelta y en segundo lugar, porque la segunda vuelta convirtió a la campaña en un escenario más concentrado y frontal que no dejaba

lugar a errores. A estos dos elementos podemos aumentar un tercero y es que se contó con un candidato y una candidata con experiencia en campañas electorales y en el ámbito político.

Este artículo analiza el rol de los debates presidenciales en el Perú y su presencia en la más reciente campaña electoral nacional con el fin de alcanzar conclusiones sobre los avances y retrocesos en esta temática.

1. EL ROL DE LOS DEBATES PRESIDENCIALES EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

Los debates presidenciales televisados que son nuestro objeto de estudio, no pueden ser pensados sin el marco general que significa una campaña electoral. Además, tampoco se trata de cualquier campaña electoral, pues esta se enmarca en un proceso de alcance nacional en el que se ven involucrados una serie de actores políticos.

Dicho esto, «las campañas son un fenómeno concreto de la comunicación política, [son] el momento en el que los partidos políticos compiten por el poder para así conseguir poner en práctica sus ideas y ejercer su influencia» (Berrocal, 2003, p. 135). De la misma manera, autores como García Beaudoux, D'Adamo y Slavinsky (2007) sostienen que las campañas electorales cumplen cuatro funciones: de persuasión; de prueba, dado que suponen examinar la viabilidad de candidaturas; de legitimización de la campaña y el sistema político, evidentemente democrático; y, por último, de aprendizaje, a partir de la información que se ofrece de los candidatos al votante.

Estas aproximaciones y una revisión a las campañas en las diversas partes del mundo permiten afirmar que cuando se escribe sobre campañas electorales es necesario también referirse al sistema de partidos, al sistema electoral y a la comunicación política. En el primer caso, de acuerdo al estado del sistema de partidos y de los partidos en sí, el juego político puede ser muy disímil de país a país y lo mismo sucede con el sistema electoral, que marca la pauta del juego político. Sin embargo, la comunicación política es más bien un proceso de interacción entre actores y, para América Latina en específico, la comunicación política está ligada a ofrecer un objetivo en común a la ciudadanía. La comunicación política sirve para crear un «símbolo», que es básicamente una conexión emocional (Rincón, 2004). Al fin y al cabo, a los partidos políticos y a los candidatos les importará que ese vínculo se traduzca en votos.

Así, «uno de los ejes fundamentales de toda campaña es la comunicación», tal como establecen García Beaudoux, D'Adamo y Slavinsky (2007), y esto se logra en las campañas modernas a través de los medios de comunicación de alcance

masivo y en un período reciente también a partir de los medios digitales. Por ende, es necesario tener en cuenta lo que establece Castells: si bien los diversos medios de comunicación existentes se basan en imágenes, sonidos o símbolos, y la política no puede ser reducida a estos elementos, son precisamente estos últimos los que brindan la «posibilidad de obtener o ejercer el poder» (Castells, 1997, citado por Crespo, Garrido & Riorda, 2008).

Entonces, la comunicación política utiliza en período de campañas una serie de medios para llegar al electorado y, si bien los medios digitales están abarcando cada vez un mayor espacio, en países como el nuestro se puede decir que tanto la televisión, como los diarios y la radio siguen siendo elementos claves para transmitir el mensaje de los políticos a la ciudadanía.

Por consiguiente, si se da cuenta de todos los elementos mencionados, se puede observar que existe un momento acotado durante las campañas electorales en el que convergen estas imágenes, símbolos y estrategias políticas en su conjunto, y que se denomina debates electorales. Según ACE Project (2016), 77 países en el mundo realizan debates televisados para elecciones presidenciales, mientras que 103 países los hacen para elecciones legislativas. Es decir, los debates electorales televisados son una constante en los diversos países del mundo, hasta llegar al punto de ser «el rito más significativo de las campañas electorales» (Téllez, Muñoz & Ramírez, 2010). En la misma línea, Berrocal (2003) también denomina a los debates como un «rito electoral», pero a su vez sostiene que son los momentos durante una campaña en los que se produce más información. Esto es importante dado que, por un período determinado, los candidatos se encuentran frente a las cámaras y tienen que manejar el poco tiempo que se les da para transmitir un mensaje coherente y sólido.

Por tanto, podemos afirmar que los debates electorales ocupan el lugar que tienen porque son televisados, y esto refuerza el lugar que tienen los medios de comunicación en un escenario político, sobre todo porque «la televisión permite a los líderes llevar su mensaje más directamente a diferentes públicos y a los votantes ver la cara de los futuros representantes» (D'Alessandro, 2014, p. 107). Asimismo, Luengo (2011) sostiene que los debates televisados tienen particularidades que los hacen interesantes de estudiar. Por un lado, no son parte de una cobertura mediática normal, dado que existen una serie de medios de comunicación atentos al mensaje transmitido y, por otro lado, centralizan la audiencia haciendo que elementos como el *rating* superen otras formas de comunicación política, como las habituales noticias de los candidatos y la transmisión de los mítines. Por otro lado, los debates electorales son expuestos desde su inicio hasta el final, usualmente por canales del Estado, y sus formatos están hechos para que la discusión entre candidatos sea la protagonista, además de brindar una gran cantidad de información en corto tiempo.

A partir de lo establecido anteriormente, podemos decir que en los debates electorales intervienen una serie de elementos tanto políticos como comunicacionales, pero tampoco se debe olvidar que la propia dinámica interna es vital. Así, se puede reconocer que existen diferentes formatos, aunque no necesariamente hayan estudios sobre el origen de ellos. Sin embargo, sí podemos decir que, según Téllez, Muñiz y Ramírez (2010, citando a Marín, 2003), existen debates políticos o, más bien, formatos de debates electorales que se pueden relacionar con los siguientes países: Estados Unidos, Francia y Alemania, y que muchos países, incluido el nuestro, los han tomado como ejemplo para extrapolar formatos.

En términos generales, en los estudios sobre debates electorales existe una clara inclinación hacia el análisis del discurso de los candidatos y, en segundo lugar, hacia la imagen de los candidatos. De otra parte, mientras que las investigaciones norteamericanas cuestionan la importancia de los debates electorales en el voto de la ciudadanía, la literatura mundial declara abiertamente que ellos son parte inherente de las campañas presidenciales.

Finalmente, y como ya lo hemos mencionado, los debates electorales televisados existen dentro un contexto democrático que visibiliza la competencia entre las candidaturas. Así, existen diferentes enfoques a través de los cuales podemos analizarlos. Crespo, Garrido, Carletta y Riorda plantean tres: el enfoque «mediático-tecnológico», que busca identificar el impacto de las nuevas tecnologías; el enfoque de «marketing político», que analiza básicamente a la dinámica detrás de lo que se ve en la pantalla desde el punto de vista de los actores políticos; y por último, el enfoque «democrático», que guarda un análisis centrado en la representación y la construcción de ciudadanía (2011, p.194). En definitiva, estos tres enfoques suponen retos diferentes, pero en este artículo se pretende realizar una aproximación a los últimos dos enfoques mencionados.

2. UNA MIRADA A LOS DEBATES PRESIDENCIALES EN EL PERÚ

Al inicio del artículo se ha dicho que los debates electorales han avanzado en su institucionalización y, sin lugar a dudas, en la actualidad existe una gran cobertura por parte de los medios de comunicación respecto a los debates presidenciales, pero no existe todavía un gran número de investigaciones académicas sobre el tema; no obstante, a continuación resaltamos las más importantes.

En primer lugar, Planas establece que antes de que se celebre el primer debate presidencial televisado de nuestra historia, se presentaron una serie de polémicas alrededor de los debates políticos televisados y que el primero se realizó el 4 de marzo de 1960 (2001, p. 183). Este dato es interesante porque el primer registro de uso de televisores en nuestro país data del año 1958. En esos primeros años,

el debate político estuvo centrado entre los representantes de los partidos políticos, pero tan solo se trató de propuestas para debatir sin que se lograra concretarse ningún encuentro.

A pesar de existir propuestas para realizar debates entre líderes políticos, recién en noviembre de 1966 se pactó y se celebró el primer debate de corte electoral entre dos candidatos favoritos a la Alcaldía de Lima: Jorge Grieve Madge, candidato por la Coalición APRA-UNO, y Luis Bedoya Reyes, del Partido Popular Cristiano, siendo este último el alcalde de Lima en ese momento (Planas, 2001, p. 191). Planas sostiene que las negociaciones para realizar el debate nacieron de los mismos candidatos, y que se produjo un enfrentamiento básicamente de propuestas técnicas, moderado por Rodolfo Espinar, un periodista deportivo, por 1:45 horas. Este debate puso el punto y aparte en esos años; luego se retomó esta práctica en la década de 1980.

En segundo lugar, Lilian Kanashiro realizó la investigación más amplia sobre debates presidenciales televisados a la fecha y abarca el período 1990-2011. La autora analiza los debates presidenciales desde una aproximación semiótica, en el que explica este gran momento mediático que encierra estrategias de comunicación política y que es parte de las campañas presidenciales actuales a través de la televisión. Definitivamente, uno de los mayores aportes de esta investigación es que logró introducir el tema del debate presidencial en la dinámica de las campañas electorales nacionales. Así como Planas, Kanashiro se refiere al punto de partida de los debates en el país e identifica que en la década de 1980 se registraron dos debates municipales: el primero en 1983, con cuatro candidatos, y el segundo en 1986, fuertemente influenciado por la reciente victoria del APRA en las presidenciales (2016, p. 67). De otra parte, la autora declara que el primer debate presidencial electoral televisado se produjo en 1990 y que, desde ese momento, los debates presidenciales televisados han seguido una presentación continua a lo largo de los años. De tal forma, se evidencia la participación de los partidos políticos en este tipo de escenarios, así como el impulso de instituciones públicas y privadas en organizarlos.

La revisión del caso peruano muestra que no han habido grandes innovaciones en la dinámica de los debates electorales presidenciales hasta antes de las recientes elecciones, aunque hubo ciertas luces de innovación en las últimas elecciones municipales de Lima Metropolitana de 2014. Parece ser que, por un lado, debe existir una real intención de las instituciones organizadoras para proponer nuevas ideas, pero también debe haber una negociación entre los partidos políticos en competencia. Esto último es importante dado que cada uno de los partidos políticos tratará de obtener la mejor situación posible como resultado de la negociación en mesa.

Por ejemplo, se puede plantear la hipótesis de que si el candidato no se encuentra del todo preparado para una campaña electoral ardua y es nuevo en el juego político, es posible que busque la menor cantidad de confrontación posible; en cambio, si cuenta con experiencia política, la confrontación puede ser tolerada y negociada para que exista el debate. Otro elemento a tomar en cuenta es la imagen que quiere mostrar el candidato, dado que si la estrategia es mostrar un candidato mediano —como fue el caso de Ollanta Humala en 2011—, lo ideal será que el formato del debate ayude a que la imagen ganada por el candidato a lo largo de la campaña electoral permanezca. En otras palabras, la estrategia de los candidatos durante la campaña electoral pueda guardar relación directa con las estrategias presentadas en el debate electoral, el objetivo será obtener un debate en el que se pierda lo menos posible.

Por último, es necesario mencionar que a lo largo de los últimos quince años la organización de los debates presidenciales en el país ha sido impulsada por diversas instituciones. De tal manera, en época electoral las instituciones encargadas dedican gran cantidad de sus recursos para lograr que los debates tengan lugar según las especificaciones necesarias. Es así que, dependiendo del país, la responsabilidad de la organización puede recaer en los medios de comunicación o en instituciones consolidadas, como en el caso de Estados Unidos; o en organizaciones de la sociedad civil, como fue el debate presidencial de la segunda vuelta de las elecciones peruanas en la transición democrática durante el año 2001; pero también en instituciones estatales de corte electoral, como en nuestro caso actual.

De tal modo, el Perú es uno de los tres países en América Latina donde los organismos electorales se encuentran involucrados en este tipo de actividades electorales. Los otros países son: México, desde el Instituto Nacional Electoral (INE), antes Instituto Federal Electoral, y Costa Rica, desde el Tribunal Supremo Electoral (Ruíz & Alberro, 2012). De la misma forma, el Jurado Nacional de Elecciones (JNE), a través del Programa Voto Informado de la Dirección Nacional de Educación y Formación Cívica Ciudadana, está involucrado en la organización de debates de esta índole desde el año 2006, pero lidera las negociaciones desde el año 2011 con la cooperación de instituciones aliadas (JNE, 2011).

En la actualidad, el JNE no solo se encuentra comprometido con la organización de los debates presidenciales, sino que impulsa la firma del Pacto Ético Electoral desde el año 2005, que es un compromiso para promover un proceso electoral limpio y justo, mediante el cual los partidos políticos se responsabilizan, entre otras acciones, a participar en los debates electorales que sean programados para lograr un intercambio de ideas sobre lo expuesto en los planes de gobierno. Este último punto es de vital importancia porque la presentación de los planes de gobierno es uno de los requisitos indispensables para que las listas presentadas por los partidos políticos

logren participar en los procesos electorales. Recientemente, la organización de los debates ha migrado al nivel subnacional, y las elecciones regionales y municipales de 2004 han sido un gran ejemplo de ello.

3. LOS DEBATES ELECTORALES PRESIDENCIALES 2016

Antes de las elecciones de 2016, se habían realizado cinco debates presidenciales televisados en vivo y en señal abierta, incluyendo uno de primera vuelta (Kanashiro, 2016, p. 18). Pero fue esta campaña electoral la que sumó a nuestra historia tres debates políticos más y uno de corte programático en el que estuvieron presentes los equipos de los candidatos.

Es importante advertir que a lo largo de la campaña existieron otros momentos en los que se contó con la presencia de candidatos bajo cobertura televisiva. Se puede hacer referencia al comentado debate entre los candidatos a la vicepresidencia organizado por RPP Noticias e IDEA Internacional o a los ocho foros liderados por La República entre febrero y marzo de 2016. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos de diversas instituciones, las miradas se centraron en los debates presidenciales organizados por el máximo organismo electoral como líder de las negociaciones con las instituciones aliadas, dado que goza de una institucionalización ganada y respetada durante los últimos años. Por ello, nuestro análisis abarcará solo esos debates y no los presentados por otras instituciones.

La llegada de las últimas elecciones nacionales trajo consigo muchas expectativas por tratarse del cuarto proceso electoral consecutivo en la historia peruana, pero también por el gran número de candidatos a la Presidencia de la República. Aunque, siguiendo con nuestra tradición, tanto los políticos como los electores reconocían que en nuestro país la campaña electoral se presenta en dos tiempos: una primera vuelta con muchos candidatos, que guarda estrecha relación con el sistema de partidos políticos, y una segunda vuelta de dos candidatos, que tiende a polarizar la preferencia política.

Teniendo esto en cuenta, Kanashiro establece cuatro elementos —en su libro que fue publicado justo en los primeros meses de la campaña electoral de la primera vuelta— como parte de las perspectivas futuras para los debates presidenciales en el Perú. La autora plantea, en primer lugar, la discusión de la institucionalización de los debates; en segundo lugar, el número de debates; en tercer lugar, la innovación del formato; y, por último, el seguimiento posdebates y poselecciones (2016, pp. 101-107).

En consecuencia, la institucionalización de los debates se ha consolidado gracias al JNE y otras instituciones aliadas, como IDEA Internacional, el Consorcio de Investigación Económica Social (CIES) y el Programa de las Naciones Unidas para

el Desarrollo (PNUD), a pesar de no ser parte de la normativa electoral, logrando superar el desafío del número y del formato. No obstante, aún queda pendiente el seguimiento a la dinámica posdebate y poselecciones, dado que esto corresponde en gran medida a la educación cívica del electorado y a cada gobierno de turno.

3.1. Primera vuelta: un debate a la antigua

Con la convocatoria de las elecciones generales para el período 2016-2021 realizada por Ollanta Humala el 13 de noviembre de 2015, se inició un proceso electoral que tuvo mucho más de lo mismo, pero que contó con escenarios complejos como la inestabilidad de algunas candidaturas durante los meses que antecedieron a la elección del domingo 10 de abril.

Las reglas peruanas determinan que en las elecciones generales participen solo partidos políticos nacionales como unidad o en alianza política, pero a su vez permiten que no todos los partidos políticos inscritos tengan que cumplir con presentar listas para la fórmula presidencial, el Congreso de la República y el Parlamento Andino. Es decir, de los veinticinco partidos políticos inscritos al inicio de la campaña electoral, no todos presentaron candidaturas a la fórmula presidencial, y eso se puede hacer porque se trata de votos separados.

Así, para enero de 2016 se contó con diecinueve planchas presidenciales, el mayor número de candidaturas en nuestra historia para una elección nacional. Sin embargo, solo diez candidaturas llegaron finalmente a la elección por la primera vuelta, y entre ellas solo dos eran mujeres. Esto quiere decir que en el transcurso de cuatro meses se quedaron en el camino nueve candidaturas, lo que hizo que la campaña electoral contenga altos niveles de incertidumbre. Si bien las razones y la discusión por las cuales esas candidaturas no fueron parte de la elección de primera vuelta no constituyen el tema de este artículo, vale la pena mencionarlo, debido a la viabilidad de organizar uno o más debates en un contexto que no permite saber quiénes estarán presentes o no en la fecha del debate.

En medio de la pugna por las candidaturas¹, las mesas de negociación empezaron el 25 de febrero y culminaron seis días antes del debate del 3 de abril, según las actas de reunión del JNE². Es decir, en total se tuvo cinco reuniones de

¹ Según el monitoreo de medios realizado por el JNE e IDEA Internacional durante la campaña electoral, el tema no programático que tuvo mayor cobertura por los distintos medios de comunicación fue el de «Inscripción de candidaturas tachas y apelaciones», con 25,8%, relegando los temas de la campaña electoral y de los candidatos en sí a lugares con menor frecuencia en el ranqueo de temas no programáticos.

² Por cada reunión con los partidos políticos se emite un acta en la que se encuentran estipulados los participantes. Empero, aún más importantes son los acuerdos de dichas reuniones con las firmas de los participantes que avalan las decisiones tomadas.

negociación durante las semanas previas a la fecha pactada para realizar el debate y, evidentemente, el número de participantes de las mesas fue disminuyendo en la medida en que determinadas candidaturas renunciaban o dejaban de ser incluidas en el proceso por decisión de las instituciones encargadas.

Las mesas de negociación buscaron determinar principalmente tres elementos: el lugar, el formato para un gran número de candidatos y la temática, pero quiénes proponían la agenda de cada reunión fueron las instituciones organizadoras. Así, se plantearon mesas en las cuales todos los partidos políticos pudieran participar del debate. Sin embargo, es evidente que no se consiguieron grandes cambios en este debate de primera vuelta, que fue, de muchas maneras, muy similar al de primera vuelta de 2011, sobre todo porque siempre es un reto organizar debates para un gran número de candidatos. Uno de los grandes ejemplos fueron los debates de las elecciones primarias en Estados Unidos, pero en aquellos debates lo que se hace es dividir a los candidatos en un debate a dos tiempos y el formato es principalmente de enfrentamiento y no de exposición.

Entonces, para el debate de primera vuelta, los diez candidatos y candidatas que finalmente participaron de la última recta de la campaña y que efectivamente estuvieron presentes en el único debate presidencial de la primera etapa fueron: Alan García (Alianza Popular), Alejandro Toledo (Perú Posible), Ántero Flores-Aráoz (Partido Político Orden), Gregorio Santos (Democracia Directa), Alfredo Barnechea (Acción Popular), Keiko Fujimori (Fuerza Popular), Fernando Olivera (Frente Esperanza), Miguel Hilario (Progresando Perú), Pedro Pablo Kuczynski (Peruanos Por el Kambio) y Verónica Mendoza (el Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad). En definitiva, si se observa la lista final de candidatos, así como las listas de las planchas presidenciales de los partidos políticos y alianzas electorales, en la gran mayoría de los casos los medios de comunicación resaltaron la existencia de candidatos con experiencia, no solo en términos de campañas electorales o cargos de elección popular, sino en su presencia en el ámbito político.

El debate de primera vuelta estuvo dividido en cuatro bloques: el primero, un bloque de exposición sobre «Visión de país»; el segundo, que guardó amplia similitud con el bloque de duplas y tríos del debate a la municipalidad de Lima Metropolitana de 2014, tuvo como tema central la «Economía, seguridad y lucha contra la corrupción», y cuyo principal objetivo fue que existan comentarios de otros candidatos sobre la exposición de sus pares; el tercer bloque requirió que los candidatos respondan preguntas de la ciudadanía antes filtradas; y el cuarto bloque estuvo reservado para el mensaje final de los candidatos.

Figura 1. Debate en la primera vuelta, 3 de abril de 2016



Fuente: Programa Voto Informado - JNE.

El debate presidencial contó con un formato establecido que permitió a los candidatos pautar sus intervenciones, sin embargo, hubo dos momentos que atrajeron a la cobertura de los medios en los días posteriores al debate: por un lado, el enfrentamiento entre los candidatos en el bloque de duplas; y, por otro lado, el bloque ciudadano. Estos dos bloques fueron determinados por sorteo en la última reunión de negociación realizada el 28 de marzo y, más allá de beneficiar a uno u otro candidato, se intentó que estos tuvieran un menor control en sus intervenciones para que la ciudadanía pueda percibir su capacidad de respuesta. De esta forma, el factor «sorteo» puso en situaciones complicadas a algunos candidatos: en la dupla García-Olivera, el segundo utilizó su tiempo para enviarle mensajes desafiantes e irónicos al primero, y en la dupla Barnechea-Santos, el primero se había negado a debatir previamente en otros encuentros y el segundo tuvo un permiso especial para salir de la prisión y participar. Con todos estos elementos, el debate presidencial y todos los programas relacionados al tema de ese domingo alcanzaron los más altos niveles de *rating*, pero de todos los canales que transmitieron el debate, Latina consiguió el mayor puntaje con 18,8 puntos, según Ibope Media.

Después de la primera vuelta y a pocas semanas de la segunda elección, el JNE con Ipsos Perú realizó la nueva versión Perfil Electoral Peruano, encuesta que tuvo una primera versión en 2010 y que resaltó que «la mayoría de los encuestados (50%) manifiesta que los debates de los candidatos en televisión ejercen mucha o alguna influencia en su decisión de voto. De los medios de comunicación masivos,

a los debates le siguen en importancia los noticieros en televisión (45%) y la radio (39%)» (2010, p. 42).

Siguiendo la misma línea, en la encuesta de 2016 se determinó la importancia del debate presidencial: mientras que, por un lado, 64% escuchó o vio el debate presidencial y 68% lo consideró útil para su voto, por otro lado, se hizo evidente que algunos cambios no solo eran requeridos por los organizadores, sino que el electorado también estaba a favor de organizar más de un debate (87%) y organizar debates en otras ciudades (86%). El reto con miras a la segunda vuelta era lograr tener negociaciones en mesa lo suficientemente eficientes para introducir elementos innovadores, pero sin que eso desembocara en conflictos irremediables entre las partes.

3.2. Segunda vuelta: debates para todos los gustos

A partir de los resultados de la primera vuelta, y teniendo en cuenta que el sistema electoral peruano determina que si ninguno de los candidatos participantes en la primera vuelta electoral supera el 50% más uno de los votos, los dos candidatos con mayor número de votos competirán en una segunda elección, se determinó que el 5 de junio tendría lugar la segunda vuelta entre Keiko Fujimori y Pedro Pablo Kuczynski como los candidatos a la Presidencia de la República por Fuerza Popular y Peruanos Por el Kambio, respectivamente. Así, se estableció que entre la primera y segunda vuelta electoral hubiera menos de dos meses; no obstante, como la publicación de los resultados oficiales no es inmediata, es el tiempo para la planificación de debates no es amplio.

Dicho esto, la primera mesa de negociación de esta etapa tuvo lugar el 26 de abril de 2016, y a lo largo de las semanas tuvieron lugar siete mesas de negociación, tanto en Lima como en las regiones donde se produjeron los debates descentralizados. Entonces, del mismo modo que sucedió en la primera vuelta, se invitó a los partidos políticos a participar en las mesas de negociación que estuvieran lideradas por el JNE, teniendo a las mismas instituciones aliadas que se tuvo en la primera etapa electoral. Al tener solo dos partidos políticos negociando, el reto del número fue descartado y las negociaciones se centraron en el formato, en el lugar y luego en las temáticas.

Si bien se contó con un representante de cada institución en las mesas de negociación, el JNE optó por contar a veces con dos personas y lo mismo ocurrió con cada partido político. En el caso de Fuerza Popular asistieron Luis Galarreta y Pedro Spadaro, y por Peruanos Por el Kambio, Alfonso Grados y Juan Sheput³. Es decir, se tuvo como representantes en las mesas de negociación a personas con

³ Según las actas del JNE, desde la segunda reunión se mantuvo la presencia de las cuatro personas mencionadas a lo largo de las mesas de negociación para los debates de segunda vuelta.

experiencia dentro sus partidos políticos y que pertenecían al círculo cercano de los candidatos: dos de ellos son actuales congresistas de la república, otro fue congresista por un período y Alfonso Grados ha asumido la cartera del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo desde julio de 2016.

Se debe mencionar que no se acordó el número de los debates presidenciales para esta etapa desde un principio; de hecho, en esta etapa las declaraciones de los candidatos contaron para influenciar las mesas de negociación. Decimos esto porque en la reunión del 3 de mayo se acordó realizar un debate técnico/programático con los especialistas de cada plan de gobierno y un debate presidencial, cuando al final hubo dos debates presidenciales.

Lo más importante del debate técnico/programático no fue necesariamente la temática sino el formato empleado. El debate que finalmente se pudo ver por señal abierta el 13 de mayo, y que se realizó en la ciudad de Cusco, contó con la presencia de los principales técnicos de los partidos políticos y lo que se logró fue que, si bien existió una exposición por temas, también se tuvo un tiempo «abierto» para que los especialistas pudieran compartir un tiempo equitativo para realizar nuevas preguntas y comentarios sobre las exposiciones previas. Así, el debate técnico precedió a los dos debates políticos de la segunda vuelta electoral. El primero se llevó a cabo el 22 de mayo en la ciudad de Piura, y el segundo se realizó en la ciudad de Lima el 29 de mayo. Es decir, se realizaron tres debates en tres fines de semana consecutivos y en tres ciudades diferentes.

Ahora bien, los debates políticos de la segunda vuelta tuvieron un formato en común, pero la temática fue diferente, como se puede observar en la tabla 1.

La tabla 1 permite determinar que los dos debates políticos contaron con una serie de temáticas previamente acordadas por los partidos políticos. En el caso del debate de Piura se buscó que los temas estuvieran enfocados en un tema más amplio, como la descentralización, mientras que en el debate de Lima se hizo referencia a temas de interés nacional y que habían sido tratados en los medios de comunicación de manera constante, así como en las encuestas y en las propias mesas de negociación.

Pero, si se observa cómo fueron las intervenciones de los candidatos, es claro que estos debates difirieron en gran medida del técnico/programático, dado que, en vez de tener un diálogo abierto, se tuvo una estructura en la que los candidatos exponían sobre uno de los temas determinados, y, a su vez, el otro candidato podía comentar o preguntar después de una primera exposición. Al observar la distribución de los tiempos, y sin incluir las palabras iniciales, las preguntas ciudadanas y las palabras finales, se puede decir que la estructura del debate puede ser comparado a un «ping-pong» de intervenciones con tiempos establecidos y regulados por los moderadores escogidos por los partidos políticos.

**Tabla 1. Debates políticos de la segunda vuelta 2016:
comparación de bloques temáticos**

| | Debate político 1: 22 de mayo Lugar: Universidad Nacional de Piura | Debate político 2: 29 de mayo Lugar: Universidad de Lima |
|-------------|---|--|
| Bloque I | Visión de país | ¿Por qué debería ser elegido presidente? |
| Bloque II | Descentralización y ordenamiento territorial | Crecimiento económico y promoción del empleo |
| Bloque III | Potencialidades y competitividad regional | Desarrollo sostenible y gestión ambiental |
| Bloque IV | Manejo de recursos naturales y conflictos sociales | Educación, reducción de la pobreza y la desigualdad |
| Bloque V | Infraestructura | Transparencia y lucha contra la corrupción |
| Bloque VI | Mensaje Final | Seguridad ciudadana y orden interno |
| Bloque VII | | Preguntas ciudadanas |
| Bloque VIII | | Mensaje final |

Fuente: Programa Voto Informado - JNE.

Figura 2. Debate en segunda vuelta en Piura, 22 de mayo de 2016



Fuente: Programa Voto Informado - JNE.

En definitiva, en el tipo de formato de estos dos debates, las oportunidades para la sorpresa son mínimas, no porque el tiempo sea corto, sino porque no existe una tradición en nuestro país de los debates no expositivos y los tiempos cortos tienen que ser utilizados a través de estrategias comunicativas diferentes que las que se tienen en debates con períodos de tiempo mayores y sin posibilidad a réplica. Así, estos debates políticos tuvieron un mayor *rating* que el debate técnico/programático, ya que alcanzaron entre 14,7 y 16,8 puntos, según Ibope Time, mientras que el debate de especialistas alcanzó un promedio de 10 puntos.

Figura 3. Debate en segunda vuelta en Piura, 29 de mayo de 2016



Fuente: Programa Voto Informado - JNE.

Ahora bien, entre el último debate presidencial y la elección de segunda vuelta se tuvo una semana, tiempo que ha sido una regla desde el año 2011, excepto en los años 2001 y 2006, cuando los debates previos a la segunda elección tuvieron lugar dos semanas antes. Esta cercanía de los debates a las elecciones, en un proceso tan largo y tumultuoso, parece influir en el interés que los diferentes actores políticos y la ciudadanía en general tienen acerca de lo que puede significar un debate presidencial.

Aunque definitivamente las expectativas fueron muchas, es válido cuestionar el real efecto de los debates en una campaña electoral como la peruana en la que, en efecto, la tendencia indicaba que los resultados serían ajustados, como eventualmente lo fueron. Según información oficial del JNE⁴, la diferencia entre el

⁴ El Acta General de Proclamación de Resultados de la Elección de Presidente y Vicepresidentes de la República de la segunda elección, realizada el domingo 5 de junio de 2016, fue publicada

primer y el segundo lugar fue tan solo de 41 057 votos, cifra que permite preguntar si el debate determinó el voto de los peruanos y peruanas hacia el final del camino.

No se puede negar que los debates del JNE fueron uno de los temas con mayor cobertura en la segunda vuelta, ya que, según el monitoreo de medios del JNE e IDEA Internacional, ocuparon el tercer lugar en la cobertura por parte de los medios de comunicación de temas no programáticos con 9,3%, pero es importante revisar la percepción de la ciudadanía sobre los debates y su relevancia teniendo en cuenta los resultados finales.

De tal manera, Ipsos Perú realizó una encuesta⁵ nacional casi dos semanas después de la segunda vuelta y obtuvo que, si bien un 41% decidió su voto para presidente más de un mes antes de la segunda vuelta, entre las semanas que se realizaron los tres debates electorales de segunda vuelta, un 20% de los encuestados decidió su voto. Este dato es relevante si consideramos que la misma encuesta se refiere a la opinión sobre los diferentes hechos que pudieron definir el resultado electoral en favor de Kuczynski. En este sentido, se estableció que el desempeño de Kuczynski en el debate fue la segunda opción con mayor frecuencia, pues alcanzó un 31%, solo superado por la opción que establecía que el apoyo de Verónica Mendoza fue importante (40%).

Por otro lado, la encuestadora GFK⁶ realizó algunas preguntas similares a la encuesta de Ipsos Perú y agregó también otras de necesaria revisión. De esta manera, se recogió que un 19% de los encuestados decidió su voto en las semanas previas a la segunda vuelta, sin contar el mismo día de la elección, que incluyeron los tres debates electorales. También es importante mencionar que se preguntó al encuestado si es que había cambiado su opinión por qué candidato elegir después del último debate y el 10% dijo que sí, de los cuales un 17% votó finalmente por Kuczynski. Sin embargo, una de las preguntas de mayor importancia es la que se refiere a las principales razones que hicieron que Kuczynski repunte la última semana. Entre esas razones se encuentran su buen desempeño en el último debate (22%) y su cambio de estrategia (19%). GFK reúne estas dos razones y les pone el nombre de «buen trabajo PPK», con lo que se identifica 50% de quienes reconocieron el buen trabajo de dicho candidato también votaron por él en la segunda vuelta.

Al revisar estos resultados siempre es válido cuestionar sobre qué influyo en qué: ¿los debates presidenciales influyeron directamente en los resultados o es que

teniendo en cuenta la reunión del 28 de junio de 2016 y se establecieron los siguientes resultados: 8 596 937 votos para Peruanos Por el Cambio y 8 555 880 para Fuerza Popular.

⁵ La encuesta de Ipsos Perú fue publicada el 20 de junio de 2016 y se recoge los temas relevantes de la campaña electoral 2016 y la transición hacia el nuevo gobierno.

⁶ La encuesta de GFK fue publicada el 26 de junio de 2016 y recoge tanto las reacciones después de los resultados de la segunda vuelta, así como la agenda y evaluación del gobierno de Ollanta Humala.

la cercanía de estos al día de votación hicieron inevitable que se cree una ilusión en su efecto? Pues, para bien o para mal, los debates presidenciales se ubican hacia el final de cada campaña electoral y sus efectos son precisamente difíciles de extrapolar de los efectos de la propia campaña electoral. Sin embargo, en la medida en que los debates son esperados, vistos por televisión y analizados significan un logro esencial de la campaña electoral.

3.3. El año 2016 y sus innovaciones

El año 2016 ha sido el año de innovación de los debates presidenciales, pero más importante que eso ha sido la institucionalización de su práctica. Tras siete debates presidenciales desde 1990 a la fecha, podemos afirmar que los debates tienen una presencia importante en nuestras campañas electorales y que tanto las instituciones organizadoras como los políticos y la ciudadanía cuentan con su presencia en cada campaña electoral.

De esta manera, es válido realizar la siguiente pregunta: ¿Cuáles han sido los cambios o innovaciones más resaltantes en los debates presidenciales de las elecciones generales 2016? El siguiente gráfico busca simplificar la respuesta.

Gráfico 1. La innovación de los debates de 2016



Los debates presidenciales de 2016 son importantes porque han introducido cambios que desafían la idea que se tenía de tener solo un debate por campaña electoral y que este se basara en la exposición de propuestas por largo tiempo. Según la revisión de las actas y el establecimiento de la agenda por parte de las instituciones organizadoras, ha existido un real interés para introducir una metodología diferente a la dinámica de los debates presidenciales, lo cual es siempre un reto porque se sabe que no se puede extrapolar experiencias internacionales dado que cada contexto tiene características diferentes.

Por ello, según lo que se observa en el gráfico, se pueden reconocer algunos cambios. Primero, a pesar que se había logrado colaboración en los procesos anteriores, como en los debates de 2011, se formó un equipo integrado entre instituciones públicas y privadas que enriquecieron la negociación y que permitieron consensuar sobre diferentes perspectivas. Segundo, se logró tener un número de debates mayor: tres debates políticos y uno técnico. Tercero, se consolidó también la presencia de la ciudadanía, tanto en la primera como en la segunda vuelta, a través de la campaña «Pregúntale a tu candidat@», que recibió más de mil preguntas en cada una de sus campañas de 2016. Cuarto, se logró no solo descentralizar el debate e incluir nuevas ciudades sino también cambiar los hoteles como centros de los debates por las universidades, lugares que representan básicamente el intercambio de ideas y la búsqueda de consenso. Y, por último, la introducción de nuevos formatos, a pesar de que aún contaron con un gran control del tiempo, permitió que los candidatos tuvieran mayores espacios de interacción a lo largo de las horas que duró cada debate, que en muchos casos solo se limitaba a un minuto por intervención.

4. CONCLUSIONES

A lo largo de este artículo se ha buscado identificar el rol de los debates presidenciales en las campañas electorales a partir del caso peruano en las elecciones generales 2016. Es importante mencionar que los grandes cambios pudieron ser observados en la segunda vuelta, dado que al tener tantos candidatos en la primera vuelta y a la vez haber contado con una campaña electoral compleja, se crearon obstáculos para insertar nuevos elementos en los debates electorales durante la primera vuelta. Por ello, al revisar el único debate de primera vuelta, se puede decir que fue casi una réplica del debate de 2011, aunque se introdujo el bloque de duplas, el cual obtuvo gran cobertura en los medios de comunicación, así como en las redes sociales, contando con gran *rating*. Para la segunda vuelta, se cumplió con introducir nuevos elementos, ya sea nuevos lugares, nuevos formatos o el número de debates. Ahora bien, en cuanto a la percepción de estos debates, mientras que

para las instituciones organizadoras y los ciudadanos es de éxito, para los políticos influye saber quién ganó al final.

La última campaña electoral ha permitido que se introduzcan nuevas prácticas a la dinámica de los debates electorales presidenciales en el Perú. Ahora bien, a pesar de que podemos afirmar la institucionalización de los debates electorales en su conjunto, no podemos hablar de una institucionalización de las prácticas adoptadas recientemente. Según lo expuesto en el apartado anterior, ninguna de esas prácticas o elementos ha sido consolidada a lo largo de diversos procesos electorales y no se puede prometer que seguirán presentes en los siguientes debates. No obstante, existen excepciones, como el bloque ciudadano, instaurado en la campaña presidencial de 2011 y replicado dos veces en el último proceso, y el bloque de duplas, que tuvo su primera instalación en el debate municipal por Lima de 2014.

De otra parte, existen negociaciones detrás de lo que los espectadores/electores ven en sus pantallas al final de un domingo por la noche previo a las elecciones. Por ello, para que estas prácticas continúen no solo debe existir un compromiso de las instituciones organizadoras, sino también uno por parte de los partidos políticos y sus candidatos.

A pesar de esta aclaración, es evidente que cada campaña electoral es diferente y que los partidos políticos, teniendo en cuenta a sus candidatos, tratarán de tener el escenario con mayor ventaja para obtener votos del electorado. Por ende, no se puede predecir cuáles serán exactamente los tipos de debates que tendremos en un futuro; empero, las debates que se realicen en las elecciones regionales y municipales 2018 serán buenos escenarios para observar cuáles de estas innovaciones tienen mayores probabilidades de consolidarse.

BIBLIOGRAFÍA

- ACE Project (2016). *Data comparativa. Los medios de comunicación y las elecciones: debates televisados*. <http://aceproject.org/epic-en?question=ME059&f=a>. Fecha de consulta: 30 de agosto de 2016.
- Berrocal, Salomé (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.
- Castells, Manuel (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.
- Crespo, Ismael, Antonio Garrido & Mario Riorda (2008). *La conquista del poder: elecciones y campañas presidenciales en América Latina*. Buenos Aires: La Crujía.

- Crespo, Ismael, Antonio Garrido, Ileana Carletta & Mario Riorda (2011). *Manual de comunicación política y estrategias de campaña: candidatos, medios y electores en nueva era*. Buenos Aires: Biblos.
- D'Alessandro, Martín (2014). El cine y la visión de las campañas electorales. En Manuel Alcántara y Santiago Mariani (eds.). *La política va al cine* (pp. 99-115). Lima: Universidad del Pacífico.
- García Beaudoux, Virginia, Orlando D'Adamo & Gabriel Slavinsky (2007). *Comunicación política y campañas electorales*. Barcelona: Gedisa.
- GfK (2016). *Encuesta Nacional Urbano Rural-junio 2016*. http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/PE/GfK_Opinio__n_Junio_2016.pdf. Fecha de consulta: 15 de agosto de 2016.
- Ipsos Perú (2016). *La hora del consenso*. http://www.ipsos.pe/sites/default/files/opinion_data/Opinion%20Data%20Junio%202016.pdf. Fecha de consulta: 15 de agosto de 2016.
- JNE (2010). *Perfil del elector peruano 2010*. http://portal.andina.com.pe/EDPEspeciales/2011/perfil_elector_JNE.pdf. Fecha de consulta: 30 de agosto de 2016.
- JNE (2011). *Elecciones 2011: debates electorales*. Lima: JNE-Consortio de Investigación Económica y Social-Instituto Nacional Demócrata para Asuntos Internacionales-Asociación Civil Transparencia.
- JNE (2016a). *Actas de reuniones - Primera vuelta*. Lima: JNE.
- JNE (2016b). *Actas de reuniones - Segunda vuelta*. Lima: JNE.
- JNE (2016c). *Perfil del elector peruano 2016*. http://www.votoinformado.pe/voto/OpenData/estudio_del_perfil_del_electorado.pdf. Fecha de consulta: 15 de agosto de 2016.
- JNE & IDEA Internacional (2016). *Medios de comunicación y elecciones: monitoreo cuantitativo de la cobertura mediática a las elecciones generales 2016*. Lima: EEAS.
- Kanashiro, Lilian (2016). *Debates presidenciales televisados en el Perú (1990-2011)*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Luengo, Óscar (2011). Debates electorales en televisión: una aproximación preliminar a sus efectos inmediatos. *Revista Española de Ciencia Política*, 25, 81-96.
- Marín, Benjamín (2003). Debates electorales por televisión. En Salomé Berrocal (ed.), *Comunicación política en televisión y nuevos medios* (pp. 207-243). Barcelona: Ariel.
- Orejuela, Sandra (2013). *La persona como estrategia de comunicación electoral: definición de la personalización desde la comunicación*. Piura: Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura.

- Planas, Pedro (2001). *La videopolítica en el Perú: las elecciones y el acceso de los partidos y los candidatos en los inicios de la T.V. peruana*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Rincón, Omar (2004). *Comunicación política en América Latina*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. http://www.fesmedia-latin-america.org/uploads/media/Comunicaci%C3%B3n_pol%C3%ADtica_en_Am%C3%A9rica_Latina.pdf. Fecha de consulta: 1 de setiembre de 2016.
- Ruiz, Fernando J. & Hernán Alberro (2012). *Ola de debates electorales en América Latina: luces y sombras de un avance democrático*. http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/medioslatinos/debates_electorales.pdf. Fecha de consulta: 1 de setiembre de 2016.
- Téllez, Nilsa, Carlos Muñiz & Jacobo Ramírez (2011). Estrategias discursivas en los debates de la campaña presidencial mexicana del 2006. En Carlos Muñiz (ed.), *Comunicación, política y ciudadanía. Aportaciones actuales al estudio de la comunicación política* (pp. 199-220). México DF: Fontamara.

REDES SOCIALES EN CAMPAÑA PRESIDENCIAL

Fernando Tuesta Soldevilla
Essy Mirella Vásquez Oruna

En el Perú, los partidos políticos (organizaciones altamente personalistas, sin recursos propios y con baja cohesión de sus débiles estructuras) tuvieron que enfrentar campañas electorales en las que la organización partidaria no fue el soporte principal, sino equipos de campaña, especialmente constituidos, que poco tenían que ver con los partidos y que trazaron estrategias entre las que se encontraban el uso de las redes sociales.

Partimos de la siguiente consideración: en el Perú el uso de las redes sociales ha sido básicamente utilitario y no formó parte de una estrategia de comunicación política partidaria. En otras palabras, las redes sociales no formaron parte integrada de una nueva manera de hacer política partidaria; solo fueron un soporte comunicativo de campaña.

Este artículo es una primera aproximación al análisis del uso de redes sociales digitales en la campaña electoral de los candidatos presidenciales. Nuestro foco de observación se circunscribe a las elecciones generales de 2016. Durante la primera vuelta, se observó el uso de las redes sociales de los cinco candidatos con mayor intención de voto y durante la segunda vuelta, el de las candidaturas de Keiko Fujimori y de Pedro Pablo Kuczynski.

1. NADIE HA GANADO SOLO CON REDES SOCIALES

Las redes sociales constituyen elementos insustituibles de las campañas electorales del siglo XXI. La primera campaña con real impacto y referencia fue la de Barack Obama¹. Internet y sobre todo las redes sociales han abierto el escenario de las

¹ Al respecto se puede ver el interesante texto de Harfoush (2010).

campañas electorales a niveles nunca antes vistos. Cada vez más los candidatos y electores usan internet y redes sociales, desde las cuales reciben no solo información de la campaña sino también estímulos para participar más activamente en ellas.

Lo que buscan candidatos y partidos no es tanto convencer a los electores indecisos, sino movilizar a los simpatizantes predispuestos (Anduiza, Cantijoch & Cristancho, 2010, p. 8). Para ello, se hace el esfuerzo para que los contenidos no solo gusten sino que se viralicen. En otras palabras, lo que se busca en las campañas «es incrementar el valor de la marca». Por eso, «Twitter ha resultado ser una excelente herramienta para el marketing y el branding político [...] porque permite viralizar mensajes cortos que logran una alta tasa replicación y un gran impacto mediático a muy bajo costo» (Crespo, D'Adamo, García & Mora, 2015, p. 349).

En internet los instrumentos han crecido y se han desplazado, desde las páginas web, luego los blogs y, posteriormente, las redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, etcétera), multiplicando sus usuarios. Según un estudio de SemioCast de 2012, siete de los veinte países con mayores cuentas de Twitter estaban en América Latina (García Naddaf, 2015).

En esta región ya nadie duda de que las redes sociales deben usarse en campañas electorales. Entre las primeras campañas que cobraron notoriedad por el uso de las redes se encuentran las presidenciales colombianas de 2010, sobre todo por la campaña del exalcalde de Bogotá y candidato a la Presidencia de la República por el Partido Verde, Antanas Mockus. En este caso de ciberactivismo, «Mockus tuvo éxito [político en las redes sociales] porque, como Obama, es una celebridad, alguien que no es como los otros, que es original, y en la red solo triunfa el que logra llamar la atención por su excepcionalidad» (Rincón, 2011). En realidad, se trató del involucramiento de los ciberactivistas que se apropiaron de la campaña de Mockus y crearon la «ola verde». «El resultado fue impactante: el sitio web de Mockus fue uno de los diez portales de internet que registraron mayor crecimiento a escala mundial; Mockus se convirtió en el séptimo personaje mundial en Facebook, con 684 341 seguidores, y en el único latinoamericano entre los quince nombres iniciales de esta lista; devino el tuitero más seguido de la política colombiana: generó redes con más de 200 grupos a favor. Gracias a la fuerza de Mockus en internet, los medios de comunicación lo convirtieron en la noticia» (Rincón, 2010). Pero Mockus no ganó. Como muchos candidatos que fueron exitosos en las redes sociales, no tuvo el impacto esperado en la votación.

Así, con motivo de las elecciones presidenciales de 2013 en Chile, el candidato independiente Tomás Joselyn-Holt fue el candidato que más usó esta red social, en la que llegó a tener 60 000 tuits; empero, solo llegó a tener 13 000 votos, la votación más baja de la historia electoral chilena. En cambio, Michelle Bachelet, ganadora de la elección, fue la candidata menos tuitera.

En Colombia, para las elecciones presidenciales de 2014, la candidata más tuitera fue Marta Lucía Ramírez, quien superó largamente a Juan Manuel Santos, quien, sin embargo, ganó la elección. En cambio, Ramírez ni siquiera llegó a la segunda vuelta.

Brasil mostró una dinámica parecida en las elecciones presidenciales de 2014, en la que Luciana Genro fue la más tuitera, pero no llegó a la segunda vuelta. En cambio, Dilma Rouseff fue reelecta a pesar de tener un bajo uso de Twitter.

Finalmente, en las elecciones presidenciales uruguayas de 2014, Tabaré Vázquez, ganador de la elección, casi no usó Twitter. En cambio, Pedro Bordaberry fue el más activo y a pesar de ser considerado «el político más influyente en Twitter» no pasó a la segunda vuelta.

Como bien señala García Naddaf, debido a su alcance limitado, esta red social no es un medio de comunicación de masas, sino un medio para públicos, mucho más aún para el caso peruano en donde existe una marcada brecha digital: «El gran evento de Twitter es equivalente a la más anónima de las emisiones de televisión» (2015, p. 179).

2. PERUANOS EN LA RED

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) sostiene que el uso de internet en países en vías de desarrollo es menor en comparación con los desarrollados. Esta brecha digital que se crea en las sociedades debe ser entendida como «la disparidad entre las personas con acceso efectivo a las tecnologías digitales y de la información, en particular internet, y las que tienen un acceso muy limitado, o ninguno en absoluto» (2011, p. 19). Igualmente, Castells (1998) menciona la división de la sociedad «entre los que tienen y los que no tienen internet». Asimismo, añade que la capacidad educativa y cultural de uso del internet está creando una nueva brecha digital.

En el campo académico, el lento avance de internet en América Latina causó que esta región no sea vista como un caso atractivo de estudio, pues «algunos investigadores consideran que los efectos políticos de internet solo pueden ser analizados si la red es ampliamente utilizada en la sociedad de referencia» (Welp & Marzuca, 2016, p. 200). Esto explicaría, en parte, la escasa producción académica sobre el tema en esta parte de la región.

El Perú se conectó a internet el 1 de diciembre de 1989 a través de la Red Científica Peruana (RCP) y esta fue la primera conexión entre dos computadoras desde Lima. Años más tarde, en 2000, mientras el 35% de la población de Estados Unidos usaba internet, el Perú era uno de los países que estaba por debajo del 3,5%. En 2004, ya se encontraba en el grupo de países situados en el rango entre 13% y

25%; en 2008, en el grupo de países entre 25% y 35%; y, en el 2014, el 41,7% de la población estaba conectada a internet (Manrique, 2016, pp. 33 y 49).

Frente a este escenario, la demanda del servicio provocó una gran expansión de las cabinas públicas de internet. A pesar de ello, no se incentivaron políticas públicas para la ampliación y penetración de internet, lo que produjo una brecha digital separada por niveles socioeconómicos y por grupos etarios.

En esta última década, el porcentaje de población con acceso a internet mantiene una tendencia de crecimiento; sin embargo, este porcentaje apenas llega a la mitad de habitantes del país. Esta marcada diferencia empeora aún más cuando se divide por el tipo de área. El área urbana registra cuatro veces más habitantes con acceso a internet que el área rural. En la misma línea, la costa es la región con mayor uso de esta red con el 51,8%, seguida de la sierra, con el 27,6% y al final la selva, con el 22,2% (INEI, s.f.).

3. LAS REDES SOCIALES DE INTERNET MÁS USADAS POR LOS PERUANOS

El informe de CEPAL (2015, p. 63) revela datos por demás interesantes, entre ellos, que los usuarios latinos son los que participan en redes. En cuanto al desagregado de las redes más visitadas se encuentran a Facebook, ShareThis, LinkedIn, Taringa y Twitter. De igual modo, se registra que México, Argentina, Chile, Colombia y el Perú «están entre los diez países del mundo con mayor porcentaje de usuarios en las redes sociales». Este nuevo escenario de interacción modificó las reglas de comunicación tradicional y se extendió hasta la política y la competencia en los comicios. Es así que las campañas modernas «incorporan [...] el uso de la red como un eje central» (Torres & Paniagua, 2012, p. 2).

Luego de observar los datos desagregados de la encuesta «Uso de internet en el Perú», de GFK, se encuentra que nueve de cada diez peruanos usan Facebook, seis de cada diez usan YouTube y dos de cada diez usan Twitter. El uso de Facebook es más alto en personas de nivel socioeconómico D/E, mientras YouTube y Twitter registra un mayor uso en el nivel socioeconómico A/B. En cuanto al género de los usuarios de estas redes no se observan marcadas diferencias. En cuanto a las áreas geográficas se obtiene que Facebook es la red más usada en el oriente y tiene menos impacto en centro del país. Por su parte, YouTube tiene un gran uso en el centro y menos uso en el oriente. Finalmente, Twitter repite la tendencia de YouTube, pues presenta un gran uso en el centro, pero decrece en el oriente (GFK, 2015).

A poco de las elecciones subnacionales de 2010 y siguiendo la tendencia de ingreso de la política al mundo virtual, varios aspirantes a candidatos presurosos abrieron cuentas en Facebook, Twitter y otras redes sociales, con la esperanza

de conquistar votos, particularmente de los jóvenes. No obstante, mientras los candidatos abrían cuentas en internet de manera utilitaria, muchos de estos no terminaban de entender que internet produce una revolución en la vida de la gente, pues su crecimiento, siendo vertiginoso, abre una brecha digital que, en nuestro país, parece ser más generacional que socioeconómica.

Las elecciones de 2011 mostraron la activa participación de los candidatos a la Presidencia de la República en las redes sociales. Durante esta campaña, los usuarios de las redes sociales, sobre todo los jóvenes, mostraron proximidad a la campaña emprendida por Pedro Pablo Kuczynski. No obstante, esta campaña se vio empañada en más de una ocasión por ataques hacia las dos candidaturas con mayores posibilidades de triunfo, es decir, la de Keiko Fujimori y la de Ollanta Humala.

Los partidos políticos carecían de candidatos propios y competitivos para llenar sus propias listas. Esta falta de recursos y potencial humano se vio también reflejada en la comunicación política que utilizaron. Las nuevas tecnologías y la organización partidaria iban por caminos y ritmos distintos.

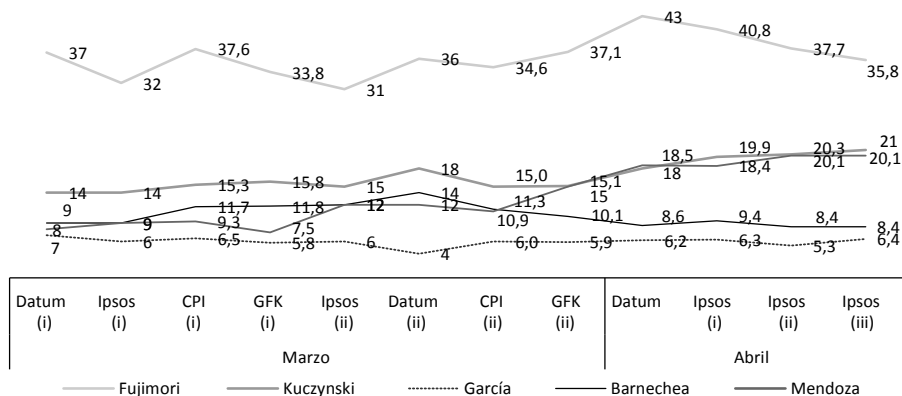
4. LAS ELECCIONES GENERALES 2016

Cuando se convocaron las elecciones de 2016, los veinte partidos políticos inscritos en el Registro de Organizaciones Políticas (ROP) del Jurado Nacional de Elecciones (JNE) manifestaron sus intenciones de participar del proceso electoral; sin embargo, al final solo participó la mitad. Entre los sucesos con mayor repercusión se encuentran la salida, a menos de un mes de las elecciones, de César Acuña y de Julio Guzmán, y el retiro de las candidaturas para preservar las inscripciones de los partidos poco antes del día de la elección.

Esta campaña electoral en medios tradicionales y no tradicionales se centró, como es habitual, en presentar las propuestas básicamente de los candidatos a la Presidencia. En cuanto a las campañas de los candidatos al Parlamento, estas fueron más austeras; es decir, tuvieron menor presencia en la televisión y más en el territorio. No obstante, pocos candidatos tuvieron recursos como para saturar de publicidad calles, carreteras y medios de comunicación.

Con el escenario electoral más definido luego de la exclusión de Julio Guzmán y César Acuña, las empresas encuestadoras comenzaron a registrar tendencias en las que solo cinco candidatos concentraban alrededor del 85% de la intención de voto; estos fueron: Keiko Fujimori (Fuerza Popular), Pedro Pablo Kuczynski (Peruanos Por el Kambio), Verónica Mendoza (El Frente Amplio), Alfredo Barnechea (Acción Popular) y Alan García (Alianza Popular) (ver gráfico 1).

Gráfico 1. Intención de voto marzo y abril de 2016



Fuente: Encuestas de intención de voto de CPI, Datum, Ipsos Perú y GFK.

5. SOBRE EL ANÁLISIS DE LAS REDES SOCIALES DIGITALES DE LOS CANDIDATOS

Este estudio realizó el seguimiento de las cuentas oficiales de Facebook, Twitter y YouTube de los candidatos que registraron mayor intención de voto durante la campaña de primera vuelta. Posteriormente, se continuó con el análisis de las redes de los candidatos que lograron pasar a la segunda vuelta electoral.

En específico, el primer período de seguimiento se inició el 1 de febrero y culminó el 11 de abril, e involucró a las cuentas de Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski, Verónica Mendoza, Alfredo Barnechea y Alan García². El segundo período de observación se inició el 12 de abril y culminó el 6 de junio, y analizó las redes de los dos candidatos más votados, es decir, Keiko Fujimori y Pedro Pablo Kuczynski.

5.1. La primera vuelta de redes

En las elecciones de 2006, Keiko Fujimori, hija del expresidente Alberto Fujimori, fue electa como la congresista más votada por la agrupación Alianza por el Futuro (AF). Cinco años después inscribe un nuevo partido, Fuerza 2011, posteriormente, Fuerza Popular y la postuló a la Presidencia en el año 2011, siendo derrotada por Ollanta Humala (Gana Perú) en la segunda vuelta por apenas 2,9% votos de

² Se debe señalar que también se tomó en cuenta a Julio Guzmán y a César Acuña, debido a que, a pesar de haberseles retirado de la competencia electoral, Acuña continuó con su campaña para la lista congresal y Guzmán continuó con actividades proselitistas por algunas semanas más.

diferencia. Para 2016, volvió a postular a la Presidencia de la República siendo ya una experimentada candidata con una década de hacer campaña electoral.

Pedro Pablo Kuczynski postuló por primera vez a un cargo de elección popular en 2011, como candidato presidencial con la Alianza Por el Gran Cambio, y quedó en tercer lugar con el 18,5% de los votos. Posteriormente, brindó su apoyo, en la segunda vuelta, a la candidatura de Keiko Fujimori. Para las elecciones de 2016 y con un partido político propio, Peruanos Por el Kambio (PPK), Kuczynski postuló nuevamente como candidato presidencial, siendo el de mayor edad, con 77 años.

Alan García, líder del APRA, fue el candidato con mayor experiencia política. En 1979 y 1980 fue electo en los cargos de congresista constituyente y diputado, respectivamente. En 1985, García se convirtió en el presidente más joven y su gobierno atravesó una de las peores crisis económicas y sociales de la historia peruana. Con motivo de las elecciones de 2001, García postuló al cargo de presidente y, junto con Alejandro Toledo, fue convocado a una segunda vuelta electoral; no obstante, una diferencia del 6,1% de votos le dio la victoria a Alejandro Toledo. En 2006 postuló al mismo cargo y compitió en segunda vuelta con Ollanta Humala, a quien derrotó por una diferencia del 5,3% de votos.

Verónica Mendoza fue electa congresista representante del departamento de Cusco en 2011 por el partido oficialista Gana Perú, siendo la candidata más votada de esa circunscripción electoral. Sin embargo, la situación cambió en 2012, cuando, junto a un grupo de parlamentarios, decidió renunciar a la bancada y a su militancia por considerar que Ollanta Humala se había distanciado de sus propuestas iniciales. Para el año 2015 fue candidata del movimiento Sembrar en las llamadas «Elecciones Ciudadanas del Frente Amplio»³ y ganó por un estrecho margen ante su competidor más cercano, Marco Arana.

Alfredo Barnechea fue candidato a la alcaldía de Lima en 1983 y luego fue electo diputado en 1985 por el APRA, partido al cual renunció posteriormente. A inicios de 2014 se afilió al partido Acción Popular y en diciembre de 2015 fue electo como candidato presidencial en las elecciones internas de dicha organización.

Estos cinco candidatos y dos políticos (Acuña y Guzmán) prosiguieron con o crearon varias cuentas en redes sociales. Unos llegaron al ciberespacio más temprano que otros. Para el caso específico de las últimas elecciones presidenciales se observa una clara diferencia en cuanto a la antigüedad de las cuentas oficiales. Los candidatos

³ Durante estas elecciones ciudadanas compitieron Jorge Rimarachín, de Gran Transformación; Luis Alberto Salgado, del Partido del Pueblo; Martina Portocarrero, del Movimiento Mundo Verde; Jorge Bacacorzo, de Pueblo Unido; Julio César Bazán, de Central Única de Trabajadores; Marco Arana, de Tierra y Libertad; y Verónica Mendoza, del Movimiento Sembrar.

con antecedentes de postulaciones al cargo de presidente o vicepresidente de la república ingresaron al mundo de las redes sociales entre 2006 y 2010 (Alan García, Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski y César Acuña). Mientras que los candidatos que solo registraban una postulación abrieron sus cuentas entre 2011 y 2015 (Verónica Mendoza, Alfredo Barnechea y Julio Guzmán) (ver tabla 1).

Tabla 1. Fecha de apertura de cuentas en redes sociales

| Candidato | Facebook | Twitter | YouTube |
|-----------------------|----------|---------|---------|
| César Acuña | s/reg. | 2010 | 2012 |
| Alan García | 2006 | 2012 | 2015 |
| Keiko Fujimori | 2010 | 2009 | 2010 |
| Pedro Pablo Kuczynski | 2010 | 2009 | 2008 |
| Verónica Mendoza | 2011 | 2011 | 2013 |
| Julio Guzmán | 2015 | 2015 | 2015 |
| Alfredo Barnechea | 2015 | 2015 | 2015 |

Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en Facebook, Twitter y YouTube.

La continuidad en redes sociales depende, en gran medida, de la influencia que sus actividades tengan entre sus seguidores. Asimismo, y como sucede también en la política real, este público no necesariamente es homogéneo, pues además de reunir a sus simpatizantes también puede congregarse a sus opositores.

Como ya se mencionó, Facebook es la red social más popular entre los peruanos y registra un número mayor de usuarios en comparación con Twitter y YouTube. Desde una mirada general, Keiko Fujimori y Pedro Pablo Kuczynski resultan ser los políticos con mayor número de seguidores en las redes sociales, seguidos por César Acuña y Alan García y, finalmente, se encuentran a Julio Guzmán, Verónica Mendoza y Alfredo Barnechea (ver tabla 2).

Tabla 2. Seguidores en las redes sociales de internet

| Candidato | Facebook | Twitter | YouTube |
|-----------------------|-----------|---------|---------|
| Keiko Fujimori | 1 342 381 | 568 579 | 1057 |
| César Acuña | 1 087 184 | 40 980 | 2943 |
| Pedro Pablo Kuczynski | 998 309 | 478 701 | 6578 |
| Julio Guzmán | 630 888 | 56 548 | 11 605 |
| Alfredo Barnechea | 368 089 | 30 434 | 4288 |
| Verónica Mendoza | 276 736 | 84 886 | 2725 |
| Alan García | 183 408 | 376 558 | 303 |

Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en Facebook, Twitter y YouTube, al 6 de junio de 2016.

5.1.1. ¿Quiénes siguen?

El desagregado del seguimiento de las cuentas oficiales de los candidatos y políticos muestra tendencias de incremento de seguidores en las tres redes sociales; sin embargo, este dista un poco de los resultados generales antes presentados. Esto debido a que las cifras que se presentarán a continuación solo consideran a los seguidores que ingresaron desde febrero hasta junio de 2016.

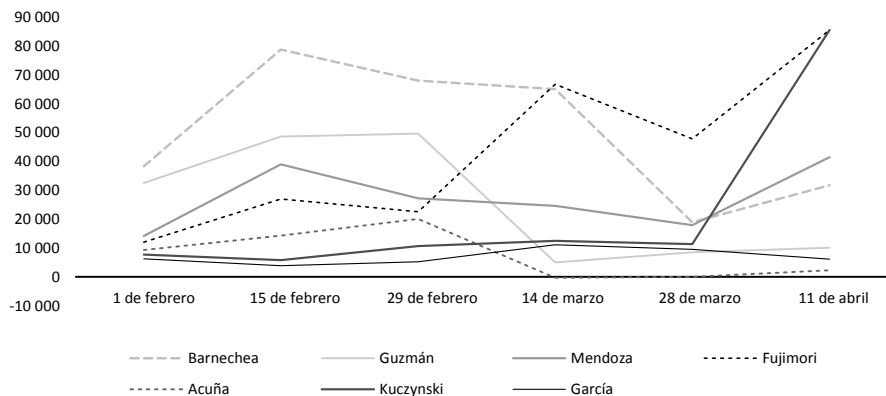
En Facebook, la cuenta de Barnechea muestra un mayor crecimiento, pues en dos meses llegó a sumar un total 262 477 nuevos seguidores. Fujimori fue la segunda candidata con mayor crecimiento, con 249 536 seguidores. En tercer lugar, se ubica Mendoza, con 149 964 seguidores. En el cuarto lugar, se encuentra Kuczynski, quien sumó a sus cifras a 125 794 nuevos seguidores. En quinto lugar, se encuentra Guzmán, con 121 791 seguidores. Finalmente, Acuña⁴ y García tuvieron un menor crecimiento de seguidores.

Cabe destacar que, durante las últimas semanas de campaña electoral, Fujimori y Kuczynski comenzaron a duplicar y hasta triplicar sus cifras de crecimiento de seguidores. Situación inversa, pero justificable, se registró con Guzmán y Acuña, quienes comenzaron a captar cada vez un menor número de seguidores desde que se hicieron públicas sus salidas de la competencia electoral (ver gráfico 2). De esta manera, el incremento de seguidores de los candidatos estaría asociado a la intención de voto de ellos. No obstante, en términos generales, los seguidores

⁴ A partir de su salida de la arena electoral se registró una pérdida pequeña pero progresiva de seguidores.

no responden a la intención de voto, puesto que un seguidor, no es necesariamente un simpatizante o un votante.

Gráfico 2. Incremento de seguidores en Facebook en la primera vuelta

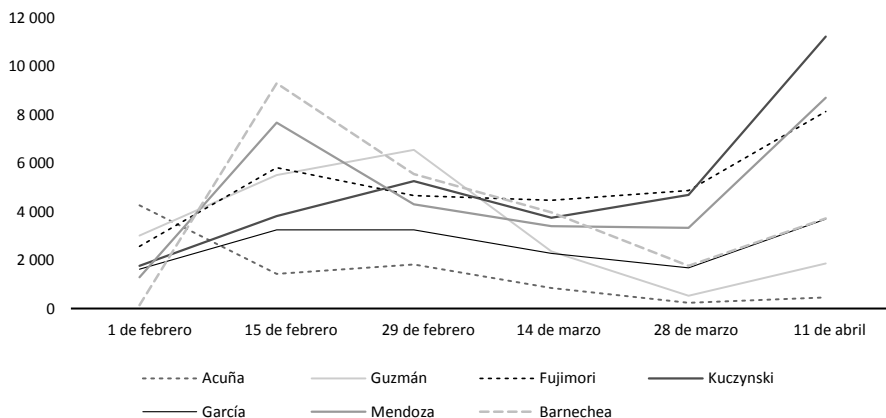


Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en Facebook.

En relación a Twitter, esta red social aún no se ha expandido en el público peruano, siendo superada por Facebook, YouTube y Google+. En cuanto al incremento de seguidores, Kuczynski y Fujimori fueron los candidatos que mayor número de seguidores con 28 757 y 27 959, respectivamente. Al igual que Facebook, las semanas con mayor número de adhesiones fueron las que más se acercaron a la elección.

Por su parte, Mendoza, Barnechea y Guzmán mostraron claras cifras de crecimiento. Se trata de candidatos que atraían porcentajes importantes de jóvenes. Barnechea y Guzmán registraron a febrero como el mes de más alto crecimiento, mes en el que, coincidentemente, candidaturas comenzaron a tomar más fuerza, según las encuestas de intención de voto. A la par, Mendoza registró un mayor número de seguidores durante la quincena de febrero y la primera semana de abril. Esta última semana de crecimiento coincide con la salida de Acuña y Guzmán.

Finalmente, se observa que las cuentas de García y Acuña son las de menor crecimiento, con 14 132 y 4773 seguidores, respectivamente. García creció la mitad de lo que crecían la mayoría de sus adversarios políticos. Mientras que Acuña no superaba los 1000 seguidores la mayoría de las semanas. La resistencia a estas candidaturas quedó también manifestada en el menor incremento de seguidores.

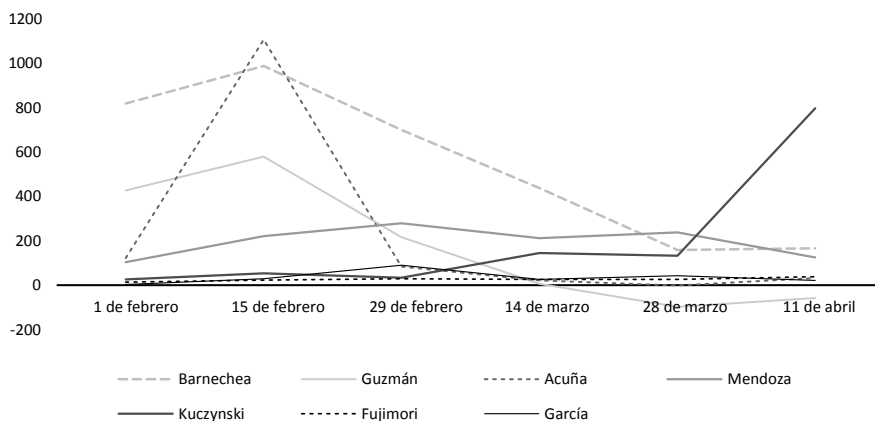
Gráfico 3. Incremento de seguidores en Twitter en la primera vuelta

Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en Twitter.

A diferencia de otros países, en el Perú, YouTube es la segunda red social más usada. Esta plataforma no distingue entre usuarios y no usuarios durante la visualización de sus contenidos, razón por la cual el número de seguidores o suscriptores en esta red resulta ser la más baja de las redes sociales digitales observadas. Cabe mencionar que la cuenta oficial de Fujimori fue la única que no registró actividad durante el período de observación de los casos de estudios.

Barnechea resultó ser, nuevamente, el candidato con mayor incremento de suscriptores, en total 2445. Asimismo, se observa que la mayor parte de estas nuevas suscripciones se realizaron durante febrero y la quincena de marzo. Acuña y Kuczynski también registraron considerables incrementos en el número de sus suscriptores, 1240 y 1160, respectivamente. En el cuarto lugar se encuentra a Mendoza con un crecimiento total de 1070 suscriptores. Guzmán registró 644 nuevos suscriptores, no obstante, resultó ser el único candidato que sufrió considerables pérdidas, esto luego de conocerse su retiro de las elecciones. Finalmente, se encuentra a las cuentas de García y Fujimori, quienes no lograron superar los 400 seguidores. En general, a excepción de la cuenta de Kuczynski, casi todos los candidatos y políticos cerraron la primera fase del análisis con tendencias decrecientes en esta red social digital.

Gráfico 4. Incremento de seguidores en YouTube en la primera vuelta



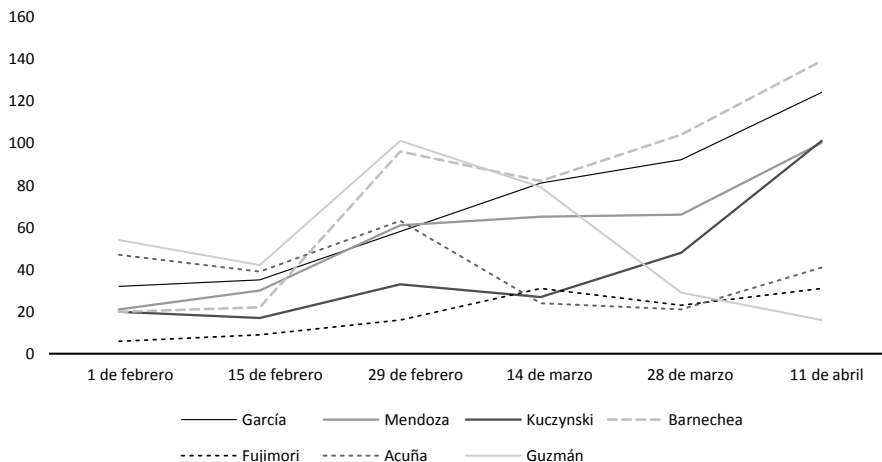
Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en YouTube.

5.1.2. De los posts, tuits y videos

En los posts de Facebook los candidatos difundieron tanto mensajes escritos como de contenido audiovisual; por ello, se convirtieron en una forma de observar la actividad del candidato en redes. Como se observa en el gráfico 5, las primeras semanas de febrero fueron las de menor intensidad en el uso de redes, pues la mayoría de candidatos no superaron los 50 posts por quincena. Julio Guzmán resultó el candidato con mayor uso de las redes durante este período, probablemente porque durante estas fechas afrontaba su posible salida del proceso electoral y al mismo tiempo continuaba con su campaña electoral. Por otro lado, los días que más se acercaron al día de la elección fueron, como es normal, los de mayor intensidad de uso de las redes. Así se tiene que Barnechea difundió 139 posts, García, 124; Kuczynski, 101; Mendoza, 100; Fujimori, 30; y finalmente, Acuña y Guzmán 41 y 16, respectivamente.

Como se puede observar el número de posts no tiene relación con la intención de voto. En otras palabras, quien más postea, no es necesariamente quien logra captar mayor número de adeptos. El siguiente gráfico así lo muestra.

Los mensajes difundidos por los candidatos se dividen en dos grandes grupos: el primero se refiere a los posts con mensajes que únicamente usan lenguaje escrito y el segundo a aquellos con contenido de imágenes o de audio. Fujimori destinó el 66,7% de sus publicaciones a fotografías y textos, y un 33,3% a videos y textos. Kuczynski solo dedicó el 4,2% a posts con uso exclusivo de lenguaje escrito, un 37,5% a fotografías y un 58,3% a videos. Mendoza dedicó un 12,5% a mensajes con lenguaje escrito, un 58,3% a fotografías y un 29,2% a videos. Barnechea resultó

Gráfico 5. Número de posts difundidos en la primera vuelta

Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en Facebook.

el más homogéneo en este tema, pues dedicó un 33,3% a mensajes con lenguaje escrito, otro 33,3% a fotografías y el 33,3% restante a videos. Finalmente, García registró un 70,8% de mensajes con fotografías, un 25% con lenguaje escrito y un 4,2% con videos.

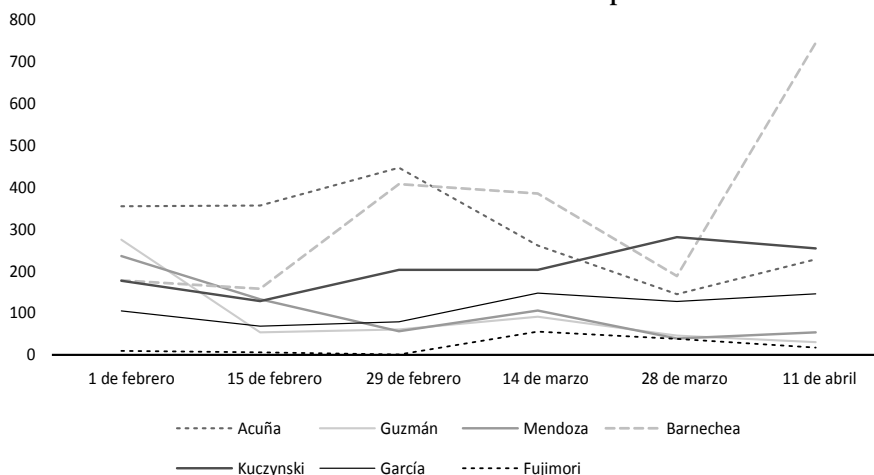
Estas publicaciones difunden principalmente las propuestas de los planes de gobierno, convocatorias a mítines, imágenes de los recorridos y actividades deportivas, agradecimientos a sus simpatizantes, pronunciamientos sobre las actividades de colectivos contrarios a candidaturas —esto último básicamente en el caso de Keiko Fujimori—, entre otros.

Se puede tener seguidores y ser activos en las redes, pero es necesario ver el impacto de esa dinámica. Una forma es observar la reacción de los seguidores, sobre todo de los simpatizantes o votantes de los candidatos. En promedio, los posts difundidos por Kuczynski generaron 9456 «Me gusta»; los de Fujimori, 8471; los de Guzmán, 5516; los de Barnechea, 3281; los de Acuña, 3773; los de Mendoza, 2057; y los de García, 910, por publicación.

Twitter es una plataforma con una dinámica muy distinta a la de Facebook. La principal característica de Twitter es la mayor inmediatez y su amplia cobertura, pues los mensajes no se limitan a los contactos personales. Los mensajes cortos, de no más de 140 caracteres, conforman los conocidos tuits. En resumen, los mensajes de esta red social digital se caracterizan por ser precisos y de lectura rápida.

Como se observa en gráfico 6, el candidato con mayor uso de Twitter fue Barnechea, con 1884 tuits; seguido de Acuña y Kuczynski, con 1437 y 1069, respectivamente. Luego, y con cientos de publicaciones menos, se encuentran García, con 567 tuits; Mendoza, con 388; Guzmán, con 282; y Fujimori, con 117.

Gráfico 6. Número de tuits difundidos en la primera vuelta



Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en Twitter.

Durante el primer período de observación, la cuenta de Fujimori generó tuits en los que cuestionaba al oficialismo y difundía sus recorridos, mítines y actividades partidarias. Asimismo, se observa que el manejo de redes, como en todos los casos, se centró en la candidata y no en el partido Fuerza Popular. Es más, Fujimori «retuiteó» (‘difundir copiando el tuit de un tercero’) muy pocos mensajes de la cuenta de su partido político, de los colectivos a favor de su candidatura y de sus simpatizantes⁵.

Como es obvio, el último mes de la campaña electoral fue el de mayor actividad y también de enfrentamientos en las redes. Las manifestaciones contra Fuerza Popular se extendieron hasta llegar a agresiones. La candidata presidencial se pronunció sobre el tema con una serie de tuits en lo que pasó de una actitud confrontacional a una conciliadora.

⁵ @KeikoFujimori. (1 de marzo de 2016). Comande, lidere y esté presente, Presidente. No se ponga de costado. ¡Esto es serio!

@KeikoFujimori. (5 de marzo de 2016). ¡Gracias #Ica! No están solos, nosotros no los abandonaremos como han hecho los demás gobiernos #JuntosHaciaElFuturo.

@KeikoFujimori. (11 de marzo de 2016). Con el programa «Mi primera chamba» se darán incentivos tributarios a las empresas para que contraten a más jóvenes.

@KeikoFujimori. (16 de marzo de 2016). Si creen que por ser mujer me van a intimidar, se equivocan. Seguiré llevando mis propuestas con alegría a todo el Perú. #NoALaViolencia.

@KeikoFujimori. (17 de marzo de 2016). El #Perú necesita reconciliarse. ¡Trabajaremos por un país sin odios donde todos caminemos #JuntosHaciaElFuturo!

Kuczynski difundió tuits de opinión, de sus principales propuestas, de sus mítines y recorridos. A diferencia de Fujimori, esta cuenta se caracterizó por registrar un gran número de mensajes retuiteados, sobre todo de sus principales colaboradores (Mercedes Aráoz, Gino Costa y Martín Vizcarra), de los colectivos a favor de su candidatura y de sus simpatizantes. En consecuencia, los tuits propios son muchos menores en comparación con los de Fujimori.

García difundió solo sus tuits y en pocas ocasiones retuiteó notas de prensa sobre su candidatura. Una gran diferencia con Fujimori y Kuczynski es que García respondía los tuits de sus seguidores. Los tuits difundían propuestas de su plan de gobierno, sus mítines y recibimientos, mensajes de agradecimientos a sus militantes y simpatizantes, y críticas hacia las principales candidaturas.

@AlanGarciaPeru. (20 de marzo de 2016). Un gobierno de Fujimori sería políticamente inviable. Serían 5 años de conflicto y de parálisis.

@AlanGarciaPeru. (26 de marzo de 2016). Mr. Kuczynski. Los animales son manada, ¡los peruanos no! Con razón Ud. renunció a la bandera y al Perú.

@AlanGarciaPeru. (7 de abril de 2016). Chimbote. Nuestro compromiso es con el pueblo y la Justicia Social como nos enseñó Haya de la Torre.

En el caso de Mendoza, al igual que Kuczynski, generó tuits de opinión y retuiteó mensajes de algunos de sus principales candidatos a congresistas del Frente Amplio (Manuel Dammert, Marisa Glave, Indira Huilca y Marco Arana), de sus simpatizantes y de medios de comunicación. No obstante, no registra un número alto de respuestas. Asimismo, la candidata difundió las propuestas de su partido, convocatorias a sus mítines, recorridos y reuniones, así como fotografías de las reuniones con colectivos contrarios a la candidatura de Fujimori.

@Vero_Mendoza_F. (29 de febrero de 2016). No hay posibilidad de entendimiento con el fujimorismo quienes no deslindan con corrupción ni violación de DD.HH.

@Vero_Mendoza_F. (9 de marzo de 2016). Lo dijimos antes y lo repetimos ahora: las elecciones se deben definir en la cancha, por la voluntad del pueblo.

@Vero_Mendoza_F. (1 de abril de 2016). Huamanga, Ayacucho <3 Atrás los odios, las mentiras y el terror; venga el amor, la justicia y la esperanza.

La cuenta oficial de Barnechea mostró un crecimiento muy pronunciado en cuanto al número de seguidores como a los tuits publicados. Sin embargo, al observar en detalle el contenido de los mensajes se registra que gran parte de ellos son mensajes de apoyo retuiteados. Los mensajes que se difundieron en esta cuenta parecen tener dos momentos. El primero se desarrolla desde enero hasta marzo de 2016 y presenta opiniones en primera persona, mensajes de apoyo y propuestas de gobierno; mientras que el segundo momento se inició a pocos días de la primera vuelta electoral. Durante este corto período se comenzaron a difundir mensajes a nombre del candidato. Cabe destacar que, durante toda la campaña de primera vuelta, esta cuenta no retuiteó mensajes del partido ni de los principales candidatos al Congreso. Esa situación responde, en parte, a los conflictos internos en el partido Acción Popular.

@ABarnecheaG (4 de abril de 2016). Keiko es el fujimorismo político. PPKeiko es el fujimorismo económico. Vota por el cambio #votaconel♥ #BarnecheaPresidente.

@ABarnecheaG (8 de abril de 2016). Plazas más grandes, más llenas. Nuestras redes crecen más que las de nadie. Vamos! #votaconel♥ #BarnecheaPresidente.

@ABarnecheaG (10 de abril de 2016). Buenos días a todos! A votar con alegría y libertad! #votaconel♥ #BarnecheaPresidente #AhoraTeTocaATi.

La cuenta de Acuña fue bastante activa durante el primer mes y medio de observación: la mayoría de tuits muestran imágenes de sus recorridos y mítines. En muy pocas ocasiones fue usada para responder o defenderse de las acusaciones sobre plagio y robo intelectual. En cambio, Guzmán mostró una baja actividad en esta red social; no obstante, dicha actividad se incrementó un poco durante la semana en que decidió el retiro de su candidatura. Una vez fuera de la contienda, su intensidad de uso se redujo claramente.

Sumado a esto, en Twitter, y en otras redes sociales digitales, los *hashtags* marcaron gran parte de la campaña. La primera vuelta dejó una serie de juegos de palabras propios de la oferta electoral en redes, que en algunos casos se contagiaron en la campaña tradicional.

Kuczynski difundió #UnidosLaHacemos que identificó claramente la campaña de primera vuelta y hacía referencia al trabajo en equipo. Por su lado, Fujimori registró con mayor recurrencia #JuntosHaciaElFuturo, que fue muy característico de la primera etapa de su campaña electoral. Mendoza difundió el hashtag llamado #VamosPorMas. Este se comenzó a usar una vez conocidos los avances de los resultados de primera vuelta que la ubicaban en tercer lugar. Este juego de palabras respaldaba las intenciones de la candidata de fortalecer el bloque de la izquierda reunida en el Frente Amplio.

Barnechea difundió durante toda la primera vuelta #AhoraTeTocaATi, en una clara alusión a su candidatura como una de las novedades en esa elección. García difundió los hashtags #AlanPeru y #AlanElVotoPeru. No obstante, al igual que Barnechea, al conocerse los resultados de la primera vuelta, sus interacciones disminuyeron. Guzmán difundió el hashtag #SoyMorado, que se usó durante el mes en el que la inscripción del partido político estaba en riesgo. Una vez fuera de la contienda electoral, el excandidato y sus simpatizantes comenzaron a denunciar un supuesto «fraude anticipado» (El Comercio, 2016), y se comenzó a difundir el hashtag #NoAlFraude. Por su parte, Acuña difundió #PorElPeruDondeQueremosVivir tanto para la candidatura presidencial como para la congresal.

Tabla 3. Hashtags difundidos por los políticos (a mayo de 2016)

| Político | Hashtag | # de cuentas que retuitearon |
|-----------------------|------------------------------|------------------------------|
| Keiko Fujimori | #ElPerúEstaEnMarcha | 49 740 |
| Pedro Pablo Kuczynski | #UnNuevoPeruYa | 101 613 |
| Verónica Mendoza | #VamosPorMas | 141 307 |
| Alfredo Barnechea | #AhoraTeTocaATi | 140 |
| Alan García | #AlanPeru | 461 |
| | #AlanElVotoSeguro | 582 |
| Julio Guzmán | #NoAlFraude | 78 893 |
| | #SoyMorado | 749 |
| César Acuña | #PorElPeruDondeQueremosVivir | 879 |

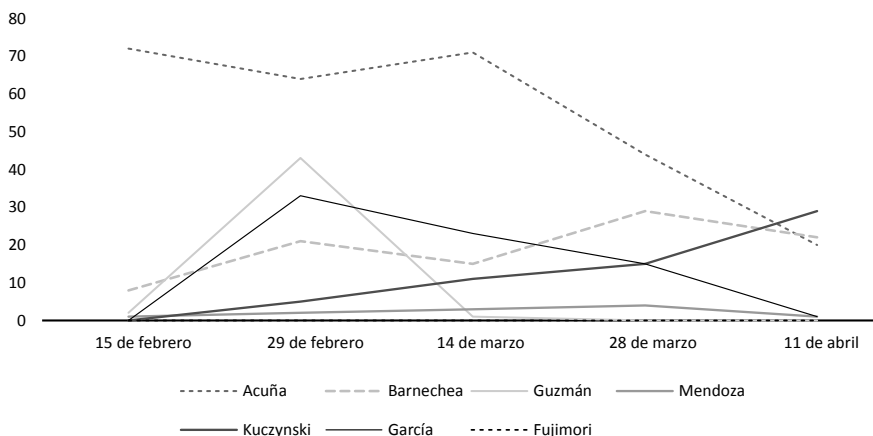
Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en Twitter.

En campaña electoral, YouTube además de almacenar los videos que se proyectaban en televisión, también reunió aquellos que solo se difundieron en redes sociales⁶, videos de simpatizantes y, finalmente, algunos candidatos y políticos. Como ya se mencionó, la única cuenta que permaneció inactiva durante toda la observación fue la de Fujimori, quien en campaña subió sus videos a otras redes sociales como Twitter y Facebook.

⁶ A diferencia de los primeros, estos son de una mayor duración.

El gráfico 7 registra que la cuenta con mayor número de videos fue la de Acuña, con 271 videos, seguido de Barnechea, con 95. En tercer lugar, se encuentra García, con 72; luego se encuentran Kuczynski, con 60; Guzmán, con 46; y, finalmente, Mendoza, con 11. Finalmente, en cuanto a las tendencias, se observa que la segunda quincena de febrero fue la de mayor actividad, mientras que durante los primeros días de abril fue la época de menor actividad. Esto parece indicar que YouTube, contrario a lo que pudiera esperarse, no fue la red social usada preferentemente para la propalación de videos publicitarios propios de la campaña.

Gráfico 7. Número de videos difundidos en la primera vuelta



Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en YouTube.

5.2. La segunda vuelta en redes

En la primera vuelta Fujimori ganó con cerca del 40% de los votos válidos. El nombre del candidato o la candidata que disputaría con ella la segunda vuelta no fue claro hasta muchos días después de la elección. Esto debido al estrecho margen de diferencia entre los candidatos Kuczynski y Mendoza (ver tabla 4). Finalmente, los organismos electorales confirmaron a Kuczynski como el otro competidor de la segunda vuelta.

Tabla 4. 2016: elecciones presidenciales de primera vuelta

| Organización política | Total | % de válidos |
|---|------------|--------------|
| Fuerza Popular | 6 115 073 | 39,9% |
| Peruanos Por el Kambio | 3 228 661 | 21,1% |
| Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad | 2 874 940 | 18,7% |
| Acción Popular | 1 069,360 | 7% |
| Alianza Popular | 894 278 | 5,8% |
| Democracia Directa | 613 173 | 4% |
| Frente Esperanza | 203 103 | 1,3% |
| Perú Posible | 200 012 | 1,3% |
| Progresando Perú | 75 870 | 0,5% |
| Partido Político Orden | 65 673 | 0,45% |
| Votos blancos | 2 225 449 | |
| Votos nulos | 1 168 538 | |
| Total | 18 734 130 | 100% |

Fuente: Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), 2016.

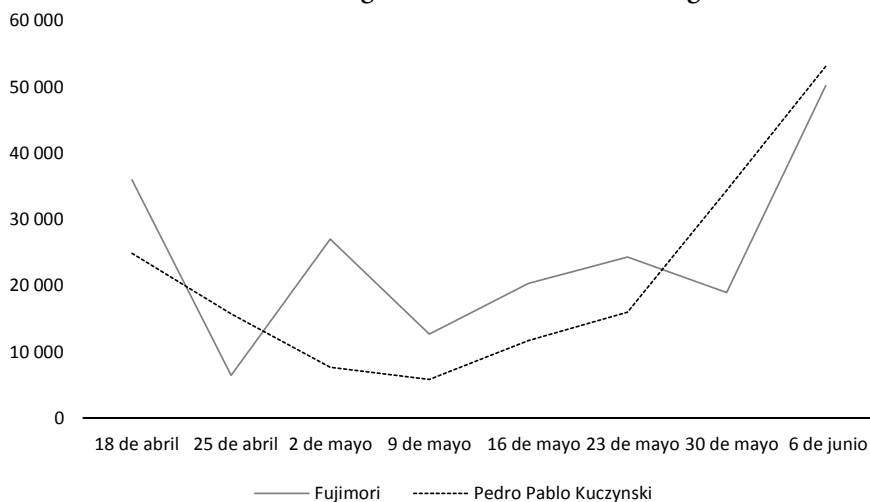
Una vez culminada la primera vuelta, Keiko Fujimori fue la primera candidata en continuar con la campaña electoral tradicional. Por su parte, Kuczynski inició su campaña varios días más tarde en Arequipa y fue precisamente este departamento el único donde el candidato de Peruanos Por el Kambio obtuvo el primer lugar. No obstante, la campaña electoral en las redes sociales digitales de ambos candidatos nunca se detuvo.

La segunda vuelta fue convocada para el 5 de junio, es decir, ocho semanas constituyeron la segunda etapa de observación. Como es evidente, las cuentas oficiales de ambos candidatos mantuvieron sus tendencias de crecimiento.

5.2.1. Los seguidores en Facebook, Twitter y YouTube

Al igual que en la primera vuelta, Facebook fue la red social que más incremento de seguidores tuvo. Mientras que Fujimori durante las primeras seis semanas superó en número de seguidores a Kuczynski, este último solo pudo superar las cifras de la candidata de Fuerza Popular durante las dos últimas semanas previas a la elección. En general, desde el 18 de abril hasta el 6 de junio, Fujimori tuvo 195 760 nuevos seguidores y Kuczynski 169 136.

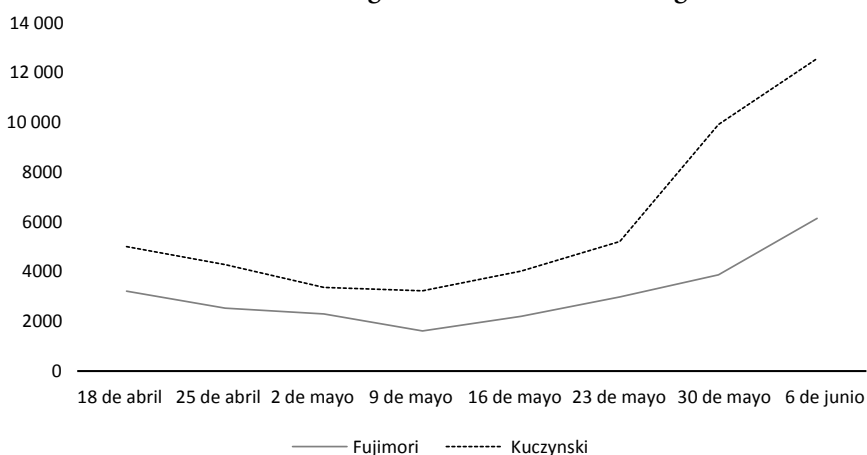
Gráfico 8. Incremento de seguidores en Facebook en la segunda vuelta



Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en Facebook.

Por otro lado, el candidato que más creció en Twitter fue Kuczynski, con 47 551 seguidores, mientras que Fujimori solo lo hizo con 24 823 nuevos seguidores, es decir, creció un poco más de la mitad que el candidato de Peruanos Por el Kambio. Si bien es cierto, la relación de crecimiento entre ambos candidatos durante las primeras semanas fue de dos a uno, durante las últimas semanas esta diferencia se incrementó y el crecimiento de Kuczynski llegó a ser tres veces mayor al de Fujimori.

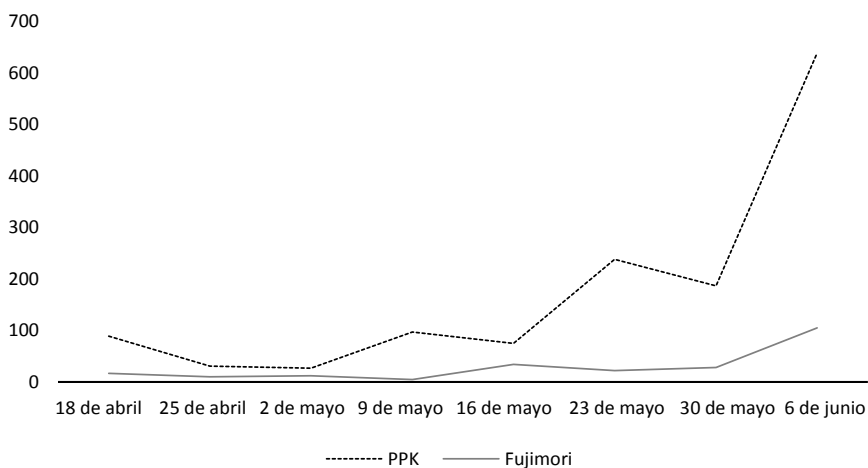
Gráfico 9. Incremento de seguidores en Twitter en la segunda vuelta



Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en Twitter.

YouTube resultó, al igual que en la primera vuelta, la más baja de las tres redes sociales digitales. No obstante, al igual que en Twitter, Kuczynski creció mucho más que Fujimori, pero esto se debió, sobre todo, a la inactividad de la cuenta de la candidata de Fuerza Popular.

Gráfico 10. Incremento de seguidores en YouTube en la segunda vuelta



Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en YouTube.

5.2.2. De los posts, tuits y videos

En cuanto a la intensidad de uso de Facebook y Twitter, se observa que, a diferencia de la primera vuelta, Fujimori realizó un mayor uso de Facebook (319 posts), mientras que su uso de Twitter se mantuvo por debajo de su competidor (178 tuits). Ahora bien, Kuczynski se mantuvo más activo en Twitter (539 publicaciones) y su cuenta de Facebook registró menos actividad que la de Fujimori.

Asimismo, se observa que las semanas de mayor intensidad de uso en el caso de Fujimori fueron la tercera y cuarta semana; es decir, las semanas que involucraron su recorrido por la zona sur del país. Por su parte, Kuczynski tuvo un mayor uso de estas redes sociales digitales durante tres últimas semanas de campaña, justamente cuando se dejaban sentir los efectos de las denuncias por supuesto lavado de activos, narcotráfico y adulteración de audios por parte del secretario general de Fuerza Popular. Lo interesante es que mientras Fujimori usó más el Facebook, Kuczynski usó más el Twitter.

Tabla 5. Número de posts y tuits difundidos por los candidatos

| Candidatos | 18 de abril | 25 de abril | 2 de mayo | 9 de mayo | 16 de mayo | 23 de mayo | 30 de mayo | 6 de junio |
|-----------------|----------------|----------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Facebook | | | | | | | | |
| Fujimori | 20 | 21 | 21 | 104 | 65 | 22 | 16 | 50 |
| Kuczynski | 23 | 10 | 28 | 21 | 19 | 34 | 12 | 23 |
| Twitter | | | | | | | | |
| Fujimori | 8 | 16 | 8 | 4 | 53 | 29 | 10 | 50 |
| Kuczynski | 74 | 47 | 30 | 27 | 64 | 92 | 139 | 66 |

Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en Facebook y Twitter.

Las publicaciones de Fujimori mostraron fotografías y videos de sus eventos proselitistas, actividades deportivas, textos con agradecimientos a las personalidades que respaldaron su candidatura y pequeñas reseñas de las personas que la apoyarían en cargos de confianza en caso de que ganara la elección.

Del mismo modo, durante la segunda semana de mayo, la candidata inició recorridos proselitistas más ambiciosos y los llamó #RutaPerúSur. El vocero del Fuerza Popular hizo hincapié en la forma de hacer campaña de la política, «Keiko Fujimori irá por tierra, no por helicóptero como un turista. Ella irá pueblo por pueblo para dar a conocer qué quiere hacer, para mejorar el mensaje de la primera vuelta» (El Comercio, 2016a).

Este recorrido involucró a los departamentos de Arequipa, Ayacucho, Apurímac, Cusco, Huancavelica y Puno, la mayoría caracterizados por apoyar opciones políticas no tradicionales. Las publicaciones de esta semana de recorrido mostraron un mayor uso de mensajes con alto contenido audiovisual, entre ellos spots electorales, recibimientos, mítines y escenas de la vida diaria de los habitantes de las zonas visitadas.

@KeikoFujimori. (20 de mayo de 2016). Llegamos a donde [sic] nadie más había llegado, y regresaremos trayendo progreso y desarrollo. #RutaPerú. (Tweet Post).

Por último, también se observó que la estrategia del equipo de Fujimori era la de mostrar las cualidades de la candidata y su empatía con los habitantes de los lugares que visitó. No obstante, a diferencia de la campaña de la primera vuelta, se abstuvo de pronunciarse sobre una serie de eventos que tuvieron efectos negativos sobre su candidatura, entre ellos la acusación sobre presunto lavado de activos

(Zubieta, 2016) y la entrega de un audio adulterado a un programa televisivo (La República, 2016b). De igual manera, Fujimori no interactuó con sus seguidores, no respondió las muestras de afecto y mucho menos replicó las opiniones de sus adversarios.

Al igual que la primera vuelta, Kuczynski difundió un número mayor de mensajes que Fujimori. La mayoría de estos mensajes solo fueron textos. Los de contenido audiovisual difundieron los clásicos spots electorales, fotografías y videos de los cierres de mítines y recorridos en diversas zonas del país. Se registraron agradecimientos a líderes de partidos políticos como Verónica Mendoza, Julio Guzmán, César Acuña, Fernando Olivera, Mesías Guevara (excongresista de Acción Popular) y Luis Bedoya Reyes (fundador y líder histórico del Partido Popular Cristiano) y a personalidades del mundo artístico, entre otros.

@ppkamigo. (4 de junio de 2016). Agradezco a @Vero_mendoza_f@julioguzman peru @cesaracunap y @Foliverav por el valor cívico y su compromiso con la democracia. (Tweet Post).

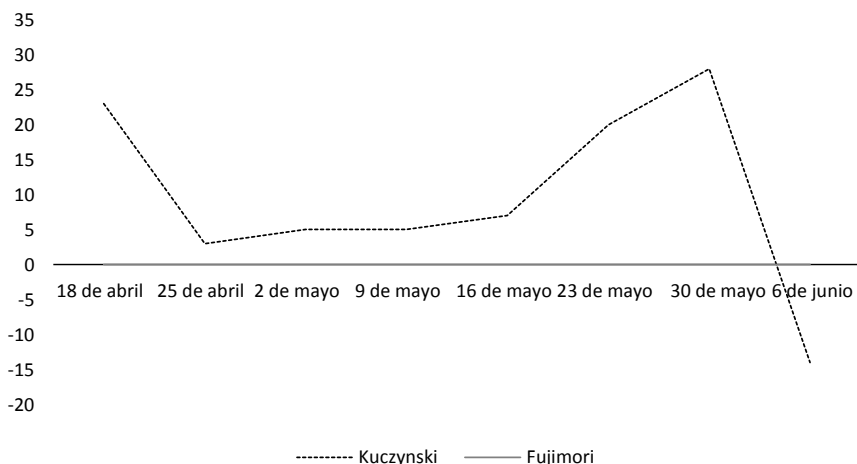
Si bien la estrategia de redes sociales no fue tan desarrollada como el de la candidata de Fuerza Popular, la coyuntura política que se formó alrededor de la candidatura de Fujimori, sobre el vínculo del secretario general del partido con el supuesto lavado de activos, fue muy bien capitalizada por Kuczynski y su equipo de comunicaciones. La actitud de este último cambió y se mostró confrontacional, sobre todo durante las dos últimas semanas de campaña. Además de referirse en más de una ocasión a las denuncias que involucraban a personajes cercanos a Fujimori, también introdujo temas tan sensibles como el retorno al autoritarismo, la corrupción y al llamado narcoestado:

!@ppkamigo. (2 junio de 2016). Este 5 de junio, es ahora o nunca ciudadanos: eliges entre democracia y dictadura. Hasta la última mesa, hasta el último voto ¡viva el Perú! (Tweet Post).

@ppkamigo. (30 mayo de 2016). ¿Con qué autoridad moral la Sra. Fujimori va a luchar contra narcotráfico si tiene congresistas acusados por lavado de activos en su partido? (Tweet Post).

Al igual que en la primera vuelta, Fujimori no usó su canal YouTube. Por su parte, Kuczynski sí lo hizo, pero con baja intensidad. Los videos buscaron mostrar la experiencia laboral y política del candidato, además de continuar con la difusión de sus propuestas de plan de gobierno, como la lucha contra la inseguridad, la corrupción, la expansión del servicio de agua, entre otros.

Gráfico 11. Número de videos difundidos durante la segunda vuelta



Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos en YouTube.

6. CONCLUSIONES

Las candidaturas presidenciales durante la elección de 2016 mostraron un uso de las redes sociales centradas en los candidatos y no en sus respectivos partidos. Muchos partidos políticos aún siguen delegando esta importante actividad a sus propios militantes, prescindiendo de expertos en comunicación política. Sus cuentas están por debajo de las de sus candidatos. De alguna manera, las redes sociales personalizan más la política.

Las redes sociales fueron usadas por todos los candidatos. No hay candidato que no haya tenido redes sociales, pero estas aún no han sido determinantes en las campañas electorales peruanas. Las redes más usadas fueron Facebook y Twitter, en ese orden, mientras que YouTube, en la mayoría de los casos, fue solo un repositorio de los posts electorales, testimonios y recorridos de la campaña. Es decir, los partidos políticos han desarrollado, por lo menos en campaña, una adaptación a las nuevas formas comunicativas demostrada en su uso en las redes sociales.

No siempre el más activo en las redes tiene asegurado el triunfo. Acuña y Guzmán fueron muy exitosos en las redes durante los primeros meses del año; no obstante, fueron retirados del proceso. Por otro lado, Fujimori y Kuczynski no fueron los más activos en las redes, pero resultaron ser los candidatos que más seguidores captaron durante toda la campaña.

Fujimori mostró tener un mejor equipo de profesionales en comunicación política. Sus publicaciones, la calidad de sus imágenes en fotografías y videos superó con creces al trabajo del equipo de Kuczynski.

Pero las redes sociales, sobre todo Facebook y Twitter, aparecieron como instrumentos comunicativos que calzaron bien en el uso personal de los candidatos y menos en el de sus respectivos partidos. Las cuentas de estos últimos no organizaron la campaña virtual y eran meros acompañantes de las personales de los candidatos. Luego de las elecciones varias de estas cuentas se desactivaron o perdieron el dinamismo inicial, como la política toda.

BIBLIOGRAFÍA

- Anduiza, Eva, Marta Cantijoch & Camilo Cristancho (2010). Los ciudadanos y el uso de internet en la campaña electoral. En José Ramón Montero e Ignacio Lago (eds.), *Las elecciones generales de 2008* (pp. 123-140). Madrid: Centro de Investigaciones Sociales.
- BID-Banco Internacional de Desarrollo (2014). *Informe sobre la situación de conectividad de internet y banda ancha en Perú*. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/D68692EDA517B04C05257D38007091B7/\\$FILE/Conectividad_per%C3%BA1.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/D68692EDA517B04C05257D38007091B7/$FILE/Conectividad_per%C3%BA1.pdf). Fecha de consulta: 14 de julio de 2016.
- Borge, Rosa & Ana Sofía, Cardenal (2012). El impacto de internet en la participación política: revisando el papel del interés político. *Arbor*, 188(756), 733-750.
- Castell, Manuel (1998). *Internet y la sociedad red*. <http://www.uoc.edu/web/cat/articulos/castells/castellsmain5.html>. Fecha de consulta: 20 de junio de 2016.
- CEPAL-Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2015). *La nueva revolución digital La revolución digital. De la internet del consumo a la internet de la producción*. http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38604/4/S1600780_es.pdf. Fecha de consulta: 6 de julio de 2016.
- Crespo, Ismael, Orlando D'Adamo, Virginia García Beaudoux & Alberto Mora (coords.) (2015). *Diccionario enciclopédico de comunicación política*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales-ALICE.
- El Comercio (2016a). *Keiko Fujimori inicia mañana su gira en el sur del país*, 10 de mayo. <http://elcomercio.pe/politica/elecciones/keiko-fujimori-inicia-manana-gira-sur-pais-395749>
- El Comercio (2016b). *Julio Guzmán sobre tachas: Esto es un fraude anticipado*, 5 de marzo. <http://elcomercio.pe/politica/elecciones/julio-guzman-sobre-tachas-esto-fraude-anticipado-noticia-1883883>

- El Mundo.es (2010). «*No a Keiko*» en *Facebook*, 21 de diciembre. <http://www.elmundo.es/america/2010/12/21/noticias/1292949772.html>
- García, Falo (2015). Twitter en las campañas políticas en Latinoamérica: ¿medio de comunicación de públicos o fantasma tecnológico? En Daniel Ivoskus (ed.), *VI Cumbre Mundial de Comunicación Política* (pp. XX-XX). Santo Domingo: Fundación Global Democracia y Desarrollo.
- GfK Perú (2015). *Uso de internet en el Perú*. <http://es.slideshare.net/GfKPeru/gfk-peru-uso-de-internet-en-el-per-octubre-2015>
- Harfoush, Rahaf (2010). *Yes We Did*. Barcelona: Grupo Planeta.
- Hidalgo, Martín (2016). *Clases de Periodismo*, «*No a Keiko dará el salto al mundo real*», 8 de marzo. <http://www.clasesdeperiodismo.com/2010/01/24/no-a-keiko-dara-el-salto-al-mundo-real/>
- INEI (s.f.). *Población que accede a internet*. <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/population-access-to-internet/>
- LaMula.pe (2011). *Tercer mensaje a la Nación NAK*, 3 de mayo de 2011. <https://noakeiko.lamula.pe/2011/05/03/tercer-mensaje-a-la-nacion-nak/noakeiko/>
- LAPOP-Latin American Public Opinion Project (2013). *Perspectivas desde el Barómetro de las Américas: 2013*. <http://www.vanderbilt.edu/lapop/insights/IO892es.pdf>. Fecha de consulta: 8 de julio de 2016.
- La República (2016a). *Colectivo «No a Keiko» decide respaldar candidatura de PPK con voto crítico*, 13 de mayo. <http://larepublica.pe/politica/767233-colectivo-no-keiko-decide-respaldar-candidatura-de-ppk-con-voto-critico>
- La República (2016b). «*José Chlimper entregó el audio adulterado*», indica exproductor, 3 de junio. <http://larepublica.pe/politica/773641-jose-chlimper-entrego-el-audio-adulterado-indica-exproductor>
- Manrique, Nelson (2016). *Una alucinación consensual. Redes sociales, cultura y socialización en internet*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Organización de las Naciones Unidas (2011). *Informe del Relator Especial sobre la promoción y la protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión*. <http://www.palermo.edu/cele/pdf/onu-informe-2011-esp.pdf>
- Navarro, Carlos (2013). *Estudios electorales en perspectiva internacional comparada: regulación de las campañas*. México DF: Instituto Federal Nacional.
- No A Keiko (2011). *Tercer mensaje a la nación*, 3 de mayo. <http://www.noakeiko.com/2011/05/tercer-mensaje-la-nacion-nak.html>

- Perú21(2009). *Keiko Fujimori anuncia una «cruzada» para reivindicar a su padre*, 8 de abril. <http://peru21.pe/noticia/270591/fujimoristas-inician-estar-tarde-sus-marchas-campo-marte>
- Rincón, Omar (2011). Mucho ciberactivismo... pocos votos. Antanas Mockus y el Partido Verde colombiano. *Nueva Sociedad*, 235, 74-89.
- Robles, Óscar (1999). *Evolución de internet en América Latina y El Caribe*. Simposio Latinoamericano y del Caribe: las tecnologías de información en la sociedad. Aguascalientes, México.
- Villanueva, Eduardo, Ana Claudia Rodríguez & Henry Ayala (2016). Lecciones de la campaña digital 2016. *Poder*, 20 de mayo. <https://poder.pe/2016/05/20/01128-analisis-lecciones-de-la-campana-digital-2016/>
- Welp, Yanina & Alejandra Marzuca (2016). Presencia de partidos políticos y diputados en internet en Argentina, Paraguay y Uruguay. *Perfiles Latinoamericanos*, 24(47), 199-224.
- Welp, Yanina, Flavia Freidenberg & Pedro Capra (2016). *New Media, Old Politics: The Use of Twitter by Ecuadorian Politicians During the 2014 Elections*. Congreso de LASA, Nueva York.
- Zubietta, René (2016). DEA investiga audio de Joaquín Ramírez: protagonistas del caso. *El Comercio*, 17 de mayo.

¿UNA ELECCIÓN ATÍPICA?

Martín Tanaka

Paolo Sosa Villagarcía

Félix Puémape

El análisis de la reciente elección general ha resaltado su «atipicidad» como un rasgo fundamental: esto porque los resultados parecen romper con una tendencia establecida en las elecciones pasadas, especialmente las de 2006 y 2011, en las que se resaltaba la fortaleza de clivajes estructurales (de clase, regionales y étnicos) en la explicación de la lógica del voto, claramente identificados con candidatos específicos; en esas elecciones se habría producido una polarización entre candidatos «pro-sistema» y «anti-sistema», expresivos de los limitados alcances redistributivos de las políticas neoliberales. En las elecciones de 2016, por el contrario, primó la incertidumbre, marcada por la implementación accidentada, por parte de los organismos electorales, de un conjunto de normas aprobadas a última hora por el Congreso. Por otro lado, la mayoría de candidaturas tuvo una orientación de derecha y el fujimorismo-antifujimorismo emergió como un clivaje fundamental que permitió la llegada al poder de un candidato poco aparente, Pedro Pablo Kuczynski. ¿Cómo habría cambiado tanto el país? Nuestro argumento reconoce la naturaleza un tanto atípica y azarosa de esta última elección, pero sostiene que las anteriores también tuvieron mucho de esos elementos, con lo que habría también importantes continuidades en lo que se refiere a la importancia de las campañas y estrategias electorales en un contexto de vínculos de representación muy precarios y una ciudadanía bastante pragmática y poco ideologizada.

1. EL BALANCE ENTRE CONTINUIDAD Y CAMBIO

¿Es la elección de 2016 muy diferente a las anteriores? Las lecturas predominantes de las elecciones anteriores, especialmente las de 2006 y 2011, han llamado la atención sobre la fortaleza de un voto «contestatario», que cuestionaría los limitados

alcances del modelo económico, que se habría expresado en la votación por Ollanta Humala, quien habría encontrado más apoyo entre los más pobres, en las regiones menos favorecidas por la dinámica de crecimiento (en especial en el sur) y entre la población de origen andino. Del otro lado, las candidaturas de Alan García y Lourdes Flores Nano en 2006, y las de Keiko Fujimori y Pedro Pablo Kuczynski, en 2011, habrían expresado las preferencias de los sectores más beneficiados por el crecimiento ocurrido en los últimos años, concentradas en Lima y en la costa norte, en el «Perú criollo». Es más, algunos llamaron la atención de que estos clivajes serían muy antiguos y de «larga duración». Así, días antes de la elección de segunda vuelta de 2011, Manrique escribió que:

El país se encuentra dividido pues en dos, pero la cesura no es uniforme: mientras Lima otorga un fuerte apoyo a Keiko Fujimori el interior del país —especialmente las regiones centro y sur— respalda masivamente a Ollanta Humala. La escisión entre el Perú costeño y globalizado y el Perú serrano e indígena vuelve a plantearse descarnadamente. Este no es un fenómeno excepcional: si se observa la distribución geográfica del voto existe una clara continuidad en el respaldo a Ollanta Humala en el centro y el sur desde el 2006; gruesamente estás regiones se han identificado históricamente con la izquierda, mientras que existe una clara asociación entre Lima y la costa y las opciones conservadoras. Hace unos años un amigo historiador me hizo una aguda observación: la forma como se divide políticamente el país hoy reproduce en buena medida las fronteras [...] vigentes durante la Guerra de la Confederación Peruano-Boliviana (1836-1839). Yo añadí que gruesamente estas fronteras son las mismas que se establecieron ante el levantamiento de Túpac Amaru. Aparentemente persisten pues problemas de larga duración no resueltos (2011).

Desde enfoques más académicos, para la elección general de 2006, Panfichi, por ejemplo, argumentaba que los resultados mostraban un país «profundamente dividido social, étnica y regionalmente, en especial entre el sur y los andes centrales de un lado, y Lima y la costa, del otro» (2007, p. 209). Hernández Asencio también resaltaba la importancia de los clivajes socioeconómicos, al afirmar, además, que «efectivamente ricos y pobres votan de manera diferente», de modo que «el sentido de clase (comprendido o simplemente intuitivo) sigue marcando profundamente el sesgo de la votación» (2006, p. 16). En un sentido similar, Vergara (2007) llamaba la atención sobre la compleja articulación de distintos intereses en el electorado que daban cuenta de una suerte de clivaje entre aquellos que buscaban un rol más activo del Estado para solucionar los problemas históricos de exclusión y desigualdad, y quienes desconfiaban de este. Los segundos, producto de las transformaciones ocurridas en la sociedad en las últimas décadas constituirían un segmento

mayoritario, lo que habría hecho posible el triunfo de García (Cameron, 2011), aunque este ciertamente levantó banderas de cambio para poder ganar la elección.

A diferencia de ese tipo de lecturas, Tanaka (2007 y 2006) resaltaba, más bien, lo cambiante que resultó la dinámica de la campaña, en la que Lourdes Flores apareció como favorita durante gran parte de esta, en la que Humala emergió como candidato significativo recién a finales de 2005, cuatro meses antes de la elección, y en la que García, en tercer lugar, durante gran parte de la campaña, terminó llegando a la Presidencia. Así, si bien no se puede negar la importancia de factores estructurales, ellos fueron construidos o si se quiere «activados» durante la campaña, pudiendo esta haber tenido otros desenlaces. En una línea afín, Grompone (2006a y 2006b) y McClintock (2006) resaltan que la posición final de los candidatos es producto del desarrollo de estrategias de campaña que, si tienen éxito, puedan llegar a conectar a estos con los sentidos comunes y las principales aspiraciones del electorado, y que esto está lejos de estar «predeterminado» por factores estructurales.

Así, resulta importante resaltar, por ejemplo, el hecho de que la candidatura de Humala en 2006, como parte de Unión Por el Perú, mostraba claros visos de improvisación y adoleció de serios problemas organizativos. Esta situación no solo se vio reflejada en su derrota frente a García, sino también en la fragmentación de su bancada parlamentaria y en los magros resultados que obtuvo el nacionalismo en las elecciones subnacionales del mismo año, en las que solo alcanzó el 8% de votos. Finalmente, el supuesto escenario de polarización social no se vio confirmado. Todos estos hechos hablan del carácter precario y contingente de los supuestos vínculos representativos en el Perú (Tanaka & Vera, 2011; Balbi, 2007). Del mismo modo, analizando la supuesta continuidad del voto contestatario en regiones determinadas del país que habrían votado por Humala en 2006, por Toledo en 2001, por Fujimori en 1990 y por Barrantes en 1985, García y Meléndez (2006) encontraron que si bien era cierto que existían jurisdicciones que mostraban patrones de votación similares a lo largo del tiempo, al analizar las diferentes elecciones, lo que resaltaba más eran sus diferencias. La elección de 2006 en particular mostraba que Humala había logrado penetrar en espacios en los que el «voto contestatario» no había estado presente antes, y que había logrado superar notablemente las más altas votaciones históricas de la izquierda en las regiones tradicionalmente radicales. Vilca (2006) muestra, además, cómo el caso de Puno, una de las regiones emblemáticas del sur, mostraba claramente que el éxito de Humala no se sostenía en la continuidad con mensajes y personajes de la vieja izquierda, sino en nuevas relaciones entabladas alrededor de nuevas demandas.

Las elecciones de 2011 tendieron a leerse como marcadas por la continuidad respecto de la elección anterior: el triunfo de Humala, después de haber quedado en segundo lugar en 2006, reforzó esa interpretación. Diversas interpretaciones

señalaron que los resultados trascendían el «mero hecho electoral», configurando, más bien la radiografía de los problemas de legitimidad del modelo económico y el régimen político. Más allá de los accidentes y sucesos de las campañas, debíamos centrar la atención en la matriz estructural que determinaba la distribución social y territorial de las preferencias electorales, que marcaban una clara continuidad con las elecciones anteriores (Vergara, 2013, pp. 200-206¹; Lanegra, 2011; Muñoz 2011; Fowks, 2011). Otros textos, si bien reconocen la importancia de sucesos de campaña y la alta volatilidad de la intención de voto, prestan más atención a la persistencia de la desigualdad, al incremento de los conflictos sociales y a los límites del crecimiento económico (Murakami, 2013), así como a las consecuencias que tendría la debilidad del Estado peruano (Levitsky, 2011) para dar cuenta de los resultados electorales.

Otras interpretaciones pusieron más énfasis en la incidencia de factores contingentes y en las decisiones de campaña para poner de relieve los resultados. Si bien existen clivajes territoriales, socioeconómicos y demográficos, estos solo se activan políticamente en función de las estrategias de los actores políticos; es más, el triunfo de Humala no se explica tanto por expresar el lado menos privilegiado de los clivajes sociales, sino por la implementación de estrategias de búsqueda del votante medio. Así, en 2011 Ollanta Humala no solo llegó a las elecciones con una mejor organización, gracias a un conjunto de alianzas desarrolladas con diversos colectivos de izquierda (Ballón, 2011), sino que además implementó una estrategia más moderada, como parte de una campaña más profesional, lo que le permitió finalmente imponerse a Keiko Fujimori; esta mostró en esa elección un perfil de votación muy parecido al de García en 2006 (León, 2011; Tanaka, 2011; Dargent, 2011; Nesbet Montecinos, 2011). De otro lado, en la campaña de 2001 llamó la atención la relativa estabilidad en la intención de voto por Keiko Fujimori, en un contexto en el que el apoyo por los otros candidatos mostró una alta volatilidad; esto por supuesto por la adhesión que despertó en algunos sectores (Meléndez, 2012), pero también por la construcción de un mínimo de organización capaz de sostener una campaña a lo largo del territorio (Urrutia, 2011), lo que nos lleva de la simple determinación estructural de la dinámica electoral a los procesos de construcción de ofertas políticas atractivas para los ciudadanos.

En suma, en los análisis de las elecciones de 2006 y 2011 tendieron a prevalecer visiones que pusieron énfasis en explicar los resultados desde perspectivas estructuralistas, desde clivajes de «larga duración» que mostrarían las graves fracturas sociales y altos niveles de exclusión que padecería el país, y que se expresarían claramente en candidaturas específicas; de allí que las elecciones de 2016 hayan

¹ Ensayo publicado originalmente en abril de 2011 en la revista *Poder*.

sido percibidas como sorprendentes y atípicas. En estas últimas primó la volatilidad, hubo una preferencia mayoritaria por candidaturas de derecha, y regiones tradicionalmente «contestatarias» optaron en la segunda vuelta por un candidato liberal como Kuczynski, con lo cual se relevó la importancia del fujimorismo — antifujimorismo como un clivaje político fundamental—. Sin embargo, como hemos señalado, todos estos elementos tienen antecedentes en las elecciones de 2006 y 2011, con lo cual la elección de 2016 no sería tan distinta de las anteriores; es la oferta política la que activa y recrea clivajes socioeconómicos y políticos, en contextos de alta volatilidad e incertidumbre.

2. PRIMERA VUELTA

2.1. Las fases de la campaña y las exclusiones

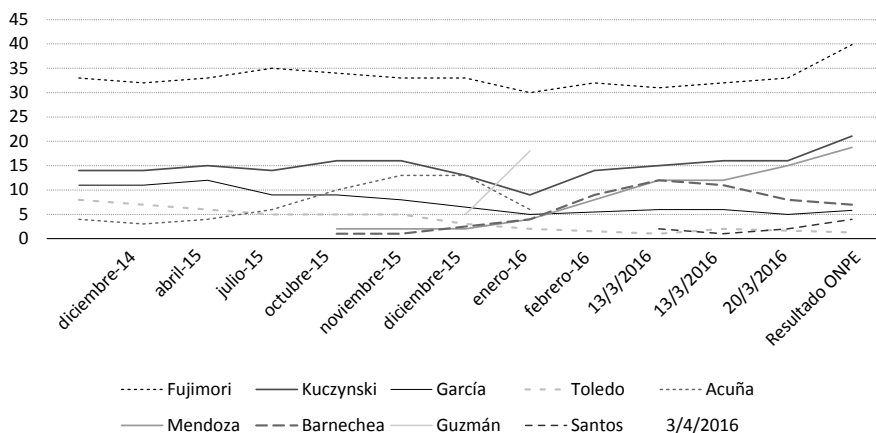
Keiko Fujimori empezó su campaña poco después de su derrota frente a Ollanta Humala en la segunda vuelta de 2011. Creó una nueva organización como símbolo de una «refundación» e «institucionalización» del fujimorismo, Fuerza Popular², y se dedicó a construir y fortalecer las bases de su organización a lo largo del territorio, y a acompañar y dirigir de cerca a su bancada en el Parlamento (Sosa Villagarcía, 2016). Así, la intención de voto de Fuerza Popular repitió y consolidó la particular estabilidad ya observada en la campaña de 2011, pero desde un nivel más alto, que la acercó significativamente a la Presidencia (ver gráfico 1). Al mismo tiempo, Keiko Fujimori desarrolló un discurso muy autocrítico con el fujimorismo de la década de 1990, que tuvo como momento emblemático la conferencia pronunciada en la Universidad de Harvard el 30 de setiembre de 2015. Como puede verse en el gráfico 2, el «antivoto» fujimorista (encuestados que declaran que «de ninguna manera» votarían por Fuerza Popular) tenía una tendencia descendente desde mediados de 2015 hasta las primeras semanas de 2016. Todo esto muestra que la construcción de una oferta política es fundamental para definir la dinámica electoral.

En cuanto a los demás candidatos, un año antes de los comicios, un elenco de «sospechosos habituales» parecía medianamente estable. Detrás de Keiko Fujimori aparecían Pedro Pablo Kuczynski, Alan García y Alejandro Toledo como posibles competidores para la segunda vuelta. Este escenario empezó a cambiar hacia finales de 2015, hasta dejar a García y Toledo bastante rezagados; Kuczynski seguía en carrera, aunque en aparente retroceso debido al ascenso de nuevos candidatos.

² Desde la aparición de Alberto Fujimori en 1990, las organizaciones políticas fujimoristas cambiaron de nombre y de composición interna en cada elección: Cambio 90 (1990), Nueva Mayoría (1995), Perú 2000 (2000), Alianza para el Futuro (2006) y Fuerza 2011 (2011).

Así, a inicios de 2016, César Acuña, candidato de Alianza Para el Progreso se convertía en una opción importante; luego de una serie de escándalos que afectaron su campaña, Julio Guzmán (Todos Por el Perú) y Alfredo Barnechea (Acción Popular) empezaron a disputar el tercer lugar. Finalmente, tanto Acuña como Guzmán quedaron fuera de competencia, excluidos por el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) por violar la ley electoral (ver gráfico 1).

Gráfico 1. Intención de voto y resultados de la primera vuelta



Fuente: Ipsos Perú, 2016.

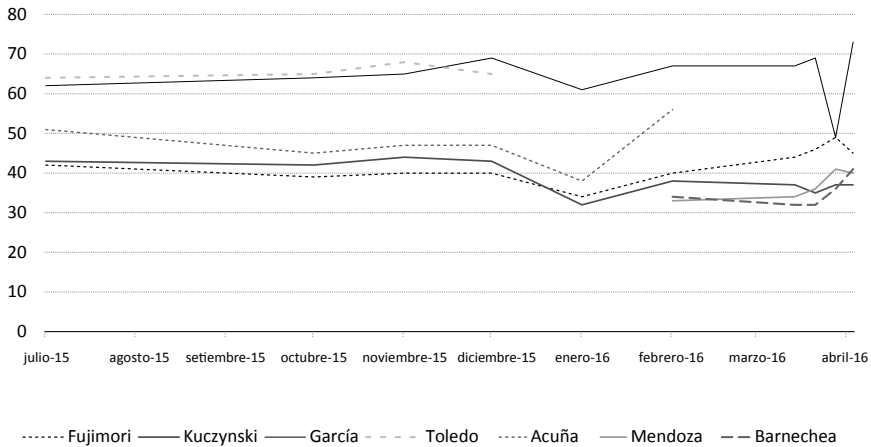
Las candidaturas de los tres candidatos con más experiencia detrás de Fujimori (Kuczynski, García y Toledo) fueron víctimas de gruesos errores de campaña que limitaron sus posibilidades, percibidas al inicio como significativas. Si bien de un lado tuvieron una exposición en los últimos cinco años que les daba cierta ventaja, también es cierto que sufrieron de un importante desgaste. Kuczynski ya no podía jugar la carta del candidato «novedoso», como en las elecciones de 2011; además pesaba contra él la imagen de haber apoyado a Fujimori en la segunda vuelta de 2011, así como su comportamiento contradictorio frente a iniciativas polémicas como la «Ley Pulpín»³. García, por su lado, si bien apareció como líder de la oposición al gobierno de Humala, y aspiró a capitalizar el descontento de este, se vio envuelto en una guerra muy desgastante con el oficialismo. El Congreso formó una «megacomisión» investigadora de posibles actos de corrupción durante su

³ «Ley Pulpín» es el nombre que se le dio a la ley de promoción del empleo juvenil, propuesta por el gobierno de Humala, que flexibilizaba las condiciones para la contratación de trabajadores jóvenes. Para el gobierno, la ley buscaba promover la inclusión en el mercado laboral y la capacitación de este sector de la población; sin embargo, generó mucho rechazo, al percibirse como discriminatoria y basada en la reducción de derechos laborales para los jóvenes. La ley fue finalmente derogada.

gobierno, donde destacó la denuncia por irregularidades ocurridas con la política de indultos presidenciales para combatir el hacinamiento penitenciario. Diversos personajes, incluso vinculados al narcotráfico, habrían negociado indultos a cambio de sobornos; y aunque no se encontró responsabilidad penal en el presidente, estas denuncias afectaron mucho su imagen. Finalmente, el expresidente Toledo tuvo también que enfrentar denuncias por supuestas operaciones de lavado de dinero relacionadas con la compra de inmuebles por parte de su suegra.

Lo central es que ninguno de los tres candidatos mencionados desarrolló una estrategia clara para contrarrestar sus puntos débiles y explotar sus aspectos atractivos para los electores. Sus campañas fueron muy improvisadas, conducidas por seguidores sin recurrir a herramientas profesionales como encuestas o grupos focales, que permitan elaborar mensajes y propuestas más cercanas a las aspiraciones de los votantes (García, 2016; Puémape, 2016). Alan García nunca llegó a proponerle al país una visión renovada, se limitó prácticamente a resaltar los logros de su gobierno 2006-2011, sobre el cual pesaban graves cuestionamientos; luego, estableció una política de alianzas que reforzaron antes que amainaron la desconfianza ciudadana y la percepción de pérdida de rumbo, expresadas en la alianza con grupos muy cuestionados como Fuerza Loretana en Loreto o Vamos Perú en el Callao, y luego con el Partido Popular Cristiano, su otrora antagonista (Puémape, 2016). Alejandro Toledo se mostró errático e incoherente durante toda la campaña, fue incapaz tanto de evitar ser abandonado por antiguos colaboradores como de establecer alianzas con nuevas organizaciones y personajes políticos (García, 2016). Finalmente, la candidatura de Kuczynski fue propuesta por una organización «hecha a la medida», Peruanos Por el Cambio (PPK), a diferencia de la Alianza Por el Gran Cambio de las elecciones de 2011; sin embargo, si bien la organización era un poco más coherente, también era más débil (Valle-Riestra, 2016). Como puede verse en el gráfico 2, ni García ni Toledo lograron nunca reducir su antivoto; Kuczynski sí, pero por razones ajenas a él, y más bien consecuencia de contingencias de campaña, como veremos. Al final, García quedó en quinto lugar con apenas el 5,83% de los votos, la lista parlamentaria de la Alianza Popular obtuvo el 8,31%, logrando elegir cinco representantes del Congreso de 130 miembros. Toledo obtuvo apenas el 1,3% y su lista parlamentaria el 2,35%. Al no pasar la barrera electoral, Perú Posible perdió su inscripción como partido político.

Gráfico 2. Evolución del antivoto en primera vuelta, elecciones 2016



Fuente: Ipsos Perú, 2016.

Ante el escaso entusiasmo que despertaban todas las opciones alternativas al fuji-morismo, aparecieron nuevos rostros que cambiaron el escenario por completo. Primero, el *underdog* vino del norte: César Acuña, exalcalde de Trujillo y ex presidente regional de La Libertad, y presidente de la Universidad César Vallejo, con su Alianza Para el Progreso empezaron a crecer en las encuestas desde octubre de 2015, superando a Toledo y García hasta disputar el segundo lugar con Kuczynski y convertirse en un serio contendor para pasar a la segunda vuelta (Torres, 2015)⁴. Acuña, a diferencia de elecciones pasadas, no iba como socio menor de una alianza liderada por un candidato limeño, sino más bien como el líder de una organización de origen provinciano, que además había tejido importantes alianzas regionales, que levantaba un discurso de superación personal y de reivindicación social e incluso étnica. Finalmente, Acuña pudo desarrollar una campaña con muchos recursos. Sin embargo, la aparición de una serie de denuncias de plagio de libros íntegros firmados por Acuña, así como de secciones importantes de sus tesis de maestría y doctorado estancaron su candidatura y luego determinaron su caída a partir de enero de 2016. Su candidatura terminó siendo retirada a inicio de marzo por el JNE por violar la ley electoral, específicamente por el reparto de dádivas durante la campaña.

La caída de César Acuña abrió el espacio para una nueva candidatura emergente, la del *outsider* Julio Guzmán, quien hacia noviembre de 2015 no aparecía registrado

⁴ Alianza Para el Progreso funcionaba sobre la base de un consorcio universitario que funcionaba como un sustituto partidario que ya había demostrado éxito en las elecciones subnacionales de 2010. Ver al respecto Meléndez (2011), Barrenechea (2014) y Zavaleta (2014).

en las encuestas de intención de voto. En enero de 2016, cuando apareció por primera vez en la encuesta de Ipsos Perú con más de 1% de intención de voto, un 50% de los entrevistados afirmaba no conocerlo. Partiendo de una inédita campaña en redes sociales, Guzmán llamó la atención por la novedad y frescura de sus planteamientos, pero sobre todo porque canalizaba de cierta manera la desazón del electorado frente a los «sospechosos habituales» y el controvertido candidato de Alianza Para el Progreso, a quienes tildaba de «dinosaurios». Guzmán, sin embargo, postulaba con el partido Todos Por el Perú, creado en la coyuntura del final del gobierno de Alberto Fujimori, muy vinculado a grupos tecnocráticos que habían formado parte o colaborado con varios gobiernos anteriores. Aun así, a diferencia de los otros candidatos, Guzmán contó con un equipo de campaña más profesional, surgido del mundo de la publicidad, que logró posicionarlo al explotar una imagen positiva de joven tecnócrata, y rescatar al mismo tiempo, sus orígenes sociales provincianos. No obstante, la improvisación e inexperiencia del candidato salió a relucir, por ejemplo, al dar frecuentemente declaraciones contradictorias sobre diversos temas de la agenda política; esto desnudó además la carencia de un aparato o de operadores políticos capaces de evitar una saturación en cuanto a las apariciones del candidato⁵. Finalmente, los límites en su postulación lo terminaron sacando de la contienda, cuando el JNE, acaso con un celo excesivo, tachó su candidatura por la comisión de irregularidades en el proceso de su inscripción a inicios de marzo de 2016. Alianza Para el Progreso mantuvo la candidatura de su lista al Congreso, que obtuvo el 9,23% de los votos y eligió nueve representantes.

Ante el declive y posterior exclusión de Acuña y Guzmán, emergieron en la recta final de la campaña de primera vuelta dos figuras inesperadas, provenientes de dos fuerzas con vieja raigambre en la política peruana. Por un lado, Acción Popular con Alfredo Barnechea, escritor que había sido candidato a la Alcaldía de Lima por el APRA en 1983 y cercano al Frente Democrático liderado por Mario Vargas Llosa en 1990; y del otro, Verónica Mendoza, joven congresista cusqueña electa en 2011 por el Partido Nacionalista, pero que renunció a ese partido y a su bancada en junio de 2012, denunciando que el rumbo del gobierno había traicionado las promesas y el programa ofrecido al país durante la campaña electoral. Mendoza era la candidata del Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad, organización que representaba a la mayor parte de los grupos de izquierda. Tanto Barnechea como Mendoza proponían un discurso crítico frente a las opciones disponibles hasta

⁵ Otra muestra de la precariedad de la candidatura de Guzmán está en el hecho de que recién se empezaron a abrir locales partidarios a lo largo del país cuando la intención de voto del candidato empezó a despegar. Estos fueron alquilados por los aún dubitativos militantes intentando «demostrar» que se trataba de un proyecto político serio ante un número cada vez más alto de simpatizantes (conversación de Paolo Sosa con colaborador de Todos Por el Perú en Cusco, enero de 2016).

ese momento, y también frente al rumbo económico general del país de los últimos años. Una vez «consumidas» las primeras opciones alternativas (un *underdog*, luego un *outsider*) aparecieron candidaturas vinculadas a organizaciones políticas más tradicionales, pero igualmente críticas con las opciones disponibles.

2.2. La batalla por el segundo lugar

Con Keiko Fujimori cómodamente colocada en el primer lugar, y luego de las exclusiones de Acuña y Guzmán, tres opciones peleaban seriamente por el segundo lugar desde mediados de febrero: Peruanos Por el Cambio, Frente Amplio y Acción Popular. Con la exclusión de Acuña y Guzmán, Kuczynski logró remontar en su intención de voto y recuperar el caudal que tenía al inicio de la campaña, posicionándose nuevamente en el segundo lugar. Sin embargo, como hemos señalado, esta no fue la única candidatura beneficiada; Barnechea y Mendoza empezaron a escalar en las encuestas. Al ser la candidatura de Kuczynski percibida como muy limeña y asociada a sectores altos, parecía poco probable que pudiera entrar a la segunda vuelta, como ocurrió.

Si analizamos el desempeño de la candidatura de Barnechea, pude concluirse que esta cayó al evidenciarse las limitaciones políticas de aquel como candidato y de su partido como organización. Barnechea ganó notoriedad al plantear con mucho énfasis el tema de la renegociación de los contratos de explotación de hidrocarburos, específicamente el del proyecto gasífero de Camisea, imprimiendo una reivindicación nacionalista al sensible tema del uso de nuestros recursos naturales. Sin embargo, Barnechea no logró colocar otros temas; a esto se sumó el hecho de que, al ganar notoriedad y empezar a ser escrutado con más atención por los medios de comunicación, salieron a relucir problemas con la imagen del candidato⁶, aspecto que se reflejó en el incremento de su antivoto (ver gráfico 2). Al final, Barnechea quedó en cuarto lugar con el 6,97% de los votos válidos, y la lista parlamentaria obtuvo el sexto lugar, con el 7,2%, eligiendo cinco representantes. El perfil de la votación de Barnechea se reveló al final como eminentemente urbano⁷.

⁶ Día a día, los medios de comunicación mostraban videos, registrados por aficionados o por sus propias cámaras, en los que se observaba al candidato, por ejemplo, rechazando obsequios de distinto tipo que le ofrecían sus simpatizantes o mostrando actitudes distantes frente a sus simpatizantes. Esta actitud fue catalogada como «elitista» y la imagen del candidato rápidamente quedó «congelada» de esa manera.

⁷ Si consideramos la votación por Barnechea en todas las provincias del país, encontraremos que ella está correlacionada con la variable «ruralidad» de forma inversa y con una intensidad media. La significancia obtenida es 0.00 y el valor estadístico de la correlación de Pearson es de -0.478. Ensayamos además una regresión lineal para dar cuenta de las variables que explican la votación por Barnechea en las provincias según varios indicadores, y encontramos como significativas el nivel en el índice de densidad estatal del PNUD, el coeficiente de Gini (más votación en provincias

En cuanto al Frente Amplio, este rompió todas las expectativas iniciales, que le auguraban un desempeño mediocre, y llegó a pelear seriamente por el segundo lugar. Esas expectativas estaban basadas en el nivel de improvisación que transmitía la candidatura de izquierda, en sus altos niveles de conflicto interno, en el carácter errático de su campaña (Bazán, 2016). Aunque el Frente Amplio intentaba resignificar la austeridad de su campaña como una decisión políticamente, esta era percibida también como fruto de la improvisación y muestra de debilidad. El Frente Amplio tomó la decisión de convocar a elecciones ciudadanas abiertas para definir la candidatura presidencial, cuestión que fue bien recibida, sin embargo, exhibió las limitaciones de Sembrar, colectivo formado por los simpatizantes de Mendoza meses antes de dicho proceso, y generó una fuerte confrontación con Tierra y Libertad (TyL), organización que postulaba al líder cajamarquino Marco Arana y que era la única con inscripción ante el registro de partidos políticos. La elección fue muy disputada y hubo denuncias de fraude, pero sorprendentemente TyL aceptó la victoria de Mendoza.

Cinco años antes, el futuro de la izquierda peruana parecía más alentador tras el triunfo de Susana Villarán en 2010 en la alcaldía provincial de Lima y el triunfo de Ollanta Humala en las elecciones generales de 2011. Sin embargo, la gestión de Villarán mostró grandes deficiencias políticas y de gestión (Tanaka & Sosa, 2016), el gobierno de Humala hizo un giro hacia el centro y rompió con sus aliados de izquierda (Vergara, 2013) que quedaron descolocados políticamente. Todo esto no favorecía un pronóstico favorable para el desempeño electoral de la izquierda en 2016. Inicialmente, la imagen del Frente Amplio era percibida como marcada por las identidades y reivindicaciones de izquierda más tradicionales, las cuales fueron útiles para convocar y alinear a los diferentes grupos y colectivos de izquierda, pero que difícilmente podrían atraer al votante promedio, lo que se reflejaba en el mal desempeño de Mendoza como candidata y su muy baja intención de voto. Sin embargo, como hemos señalado, la exclusión de algunos candidatos y las limitaciones de Barnechea favorecieron al despegue del Frente Amplio; se abrió una oportunidad que aprovechó muy bien Mendoza. Ella transmitió una imagen más amigable y empática, y siendo mujer, joven, de origen provinciano, cusqueña que podía expresarse en quechua, logró también transmitir una imagen de renovación⁸. Conforme la intención de voto por Mendoza subía, también aumentaban las preocupaciones de un sector de la población frente a las posibilidades de un gobierno de izquierda, expresados en el aumento del antivoto. En 2011, Humala logró reducir

más desiguales, lo que suele estar asociado a más modernidad) e incidencia de pobreza de forma inversa.

⁸ Ver, por ejemplo, Castro (2016).

esos temores mediante una campaña más moderada que la que tuvo en 2006 (León, 2011b); sin embargo, Mendoza no jugó plenamente esa carta, mantuvo un discurso político más radical, lo que a la postre le impidió alcanzar la segunda vuelta (obtuvo el 18,74% de los votos, y la lista congresal el 13,94%, obteniendo veinte escaños). Al final, la votación de Mendoza se concentró en el sur andino, con lo que su perfil se pareció más a la que obtuvo Humala en 2006⁹.

Kuczynski, por su parte, con poco logró bastante, y quedó en segundo lugar. A lo largo de la campaña perdió esa posición primero con Acuña, luego con Guzmán, luego con Mendoza, pero al final los límites de sus rivales terminaron siendo mayores que los suyos. Kuczynski llegó a la segunda vuelta a pesar de los muchos límites que mostraba su candidatura, que se expresaron en los resultados finales; alcanzó el 21,05% de los votos, y la lista parlamentaria el 16,46%, obteniendo apenas 18 representantes (recordemos que Keiko Fujimori entró a la segunda vuelta de 2011 con el 23,56%; Alan García en 2006 con el 24,32%¹⁰, y en 2001 con el 25,77%). El perfil de su votación no parecía el más adecuado para llegar a segunda vuelta: muy concentrado en ámbitos urbanos y entre sectores socioeconómicos más altos¹¹.

La distribución territorial de la votación, resaltando en qué provincias y distritos obtuvo más votación cada candidato, evocó para algunos analistas la vigencia de un «patrón histórico», en la que las regiones del sur votaron a favor de la candidata de izquierda, mientras que Lima, la costa norte y parte del oriente a favor de Fuerza Popular y la región Arequipa con Peruanos Por el Kambio, candidatos de derecha. De esta manera, se sostenía que, al igual que en las elecciones anteriores, el significado de estos resultados daría cuenta de las dinámicas histórico-estructurales

⁹ Si bien la votación del Frente Amplio altamente correlacionada de forma directa con la votación de Unión Por el Perú en 2006 y Gana Perú en 2011, la intensidad es más fuerte en el primer caso (0.858 y 0.734, respectivamente). Al hacer una regresión lineal para dar cuenta de las variables que explican la votación por Mendoza en las provincias según varios indicadores, encontramos como significativas el nivel en el Índice de Desarrollo Humano (con una relación inversa), y el número de comunidades indígenas (con una relación directa). Cabe mencionar, hablando de la votación de izquierda, que también compitió Gregorio Santos, presidente regional de Cajamarca separado de su cargo por enfrentar acusaciones de corrupción, por el partido Democracia Directa. Santos obtuvo el 4% de los votos, y la lista parlamentaria el 4,33%, con lo que este partido perdió su registro electoral. Sin embargo, su partido sacó la más alta votación en Cajamarca (40% de los votos válidos) y la tercera en Puno (19,96%). Según algunos, la votación de Santos «impidió» que Mendoza quedara en segundo lugar.

¹⁰ En 2006, al igual que en 2016, quien terminó en segundo en la primera vuelta terminó siendo elegido presidente en la segunda. Sin embargo, el APRA en 2006 logró elegir 36 congresistas de un total de 120, mientras que Peruanos Por el Kambio en 2016 apenas dieciocho de 130.

¹¹ Al hacer una regresión lineal para dar cuenta de las variables que explican la votación por Kuczynski en las provincias según varios indicadores, encontramos como variables estadísticamente significativas a las variables ruralidad (de forma inversa), y el nivel de las provincias en el Índice de Desarrollo Humano (de forma directa).

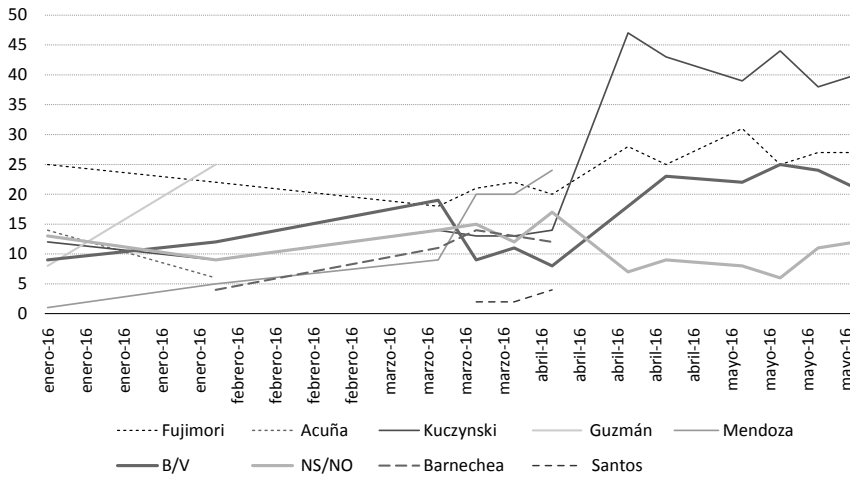
de desigualdad y exclusión, que además se habrían agudizado en los años recientes. Así, Manrique señalaba que:

Los logros del Frente Amplio son muy grandes [...]. Gana [...] en siete regiones: Tacna, Moquegua, Puno, Cusco, Apurímac, Ayacucho y Huancavelica. Con la excepción del fujimorismo y de Gregorio Santos en Cajamarca, ningún otro partido ha ganado en alguna región del país [En realidad, PPK ganó también en una región, Arequipa, nota de los autores]. Dos datos sintomáticos: primero, el escenario del triunfo del FA en el sur es el mismo que cubrió la gran rebelión de Túpac Amaru en 1780. Las deudas históricas siguen pendientes. En segundo lugar, a pesar de la gran campaña desplegada para asociar al FA con el terrorismo, Ayacucho dio a Verónica Mendoza un respaldo de alrededor de 60% (2016).

La alusión a las «deudas históricas» y enfatizar la supuesta continuidad de patrones de votación en un sentido político determinado resulta muy equívoco. Si bien es cierto puede decir que eventualmente se da la reiteración de ciertos perfiles de votación, también lo es que en otras ellos cambian, y que si algo caracterizó la elección de 2016 fue, precisamente, el carácter volátil de la intención de voto. Por ejemplo, en las regiones del sur andino, donde la candidatura de Mendoza se impuso a las demás, encontramos que, a lo largo de la campaña, la intención de voto puso en diferentes momentos en primer lugar a Keiko Fujimori y a Julio Guzmán (ver gráfico 3)¹². De otro lado, más allá de los datos electorales generales, una exploración etnográfica realizada por Castro (2016) muestra cómo en un distrito de Ayacucho las preferencias electorales, si bien están fuertemente marcadas por percepciones de desigualdad y de cierto abandono estatal, terminan siendo definidas por la imagen de los candidatos, sus estrategias de campaña y las iniciativas de sus operadores políticos locales.

¹² Sobre los resultados en el sur se plantearon diferentes hipótesis explicativas, las cuales recurrían tanto a la historia como a los cambios recientes para sustentarse. Una revisión crítica puede verse en Rozas y Sosa Villagarcía (2016).

Gráfico 3. Evolución de la intención de voto en las regiones del sur



Fuente: Ipsos Perú, 2016.

3. LA SEGUNDA VUELTA

3.1. Fuerza Popular: de Harvard a La Rinconada

Una vez en la segunda vuelta, al quedar solo dos candidatos, la campaña y los resultados deben entenderse en términos relacionales: sin embargo, es posible afirmar que en la trayectoria que desembocó en la segunda derrota consecutiva del fujimorismo, la historia puede contarse en gran medida como una derrota autoinfligida, y el triunfo de Kuczynski como una victoria accidental.

Como habíamos señalado, Fuerza Popular llegó a estas elecciones con un perfil diferente al de 2011. No solo porque bajo el liderazgo de Keiko Fujimori se buscó consolidar una organización política, también porque se asumió que la derrota de ese año se debió a que se cargaba con los pasivos del fujimorismo de la década de 1990, y que para ganar en 2016 era necesario lucir una imagen renovada y crítica con el pasado. En los últimos años las declaraciones públicas de la candidata buscaron construir una imagen comprometida con los valores democráticos y el respeto a los derechos humanos: así, respaldó el trabajo de la Comisión de la Verdad y Reconciliación, rechazó los crímenes, problemas de corrupción y «errores» cometidos durante el gobierno de su padre, rechazó el golpe de Estado del 5 de abril de 1992, entre otros¹³. Un hito clave en este itinerario fue la conferencia que

¹³ En enero de 2016, Keiko Fujimori declaró, ante algunos cuestionamientos a su candidatura, que había «sufrido y cargado una mochila muy grande por errores de terceros, por errores de otras personas», haciendo referencia a los pasivos del gobierno de su padre (La República, 2016).

la candidata ofreció en la Universidad de Harvard el 30 de setiembre de 2015, que marcó el tono de su campaña (Sosa Villagarcía, 2016). No se trató solo de discursos, esta estrategia se tradujo posteriormente en la selección de candidatos al Congreso, en la que se excluyó a figuras emblemáticas del fujimorismo de la década de 1990 como Martha Chávez, María Luisa Cuculiza y Alejandro Aguinaga, y se incorporó a figuras que en el pasado fueron duros críticos con el fujimorismo, como Vladimiro Huaroc en Junín u Oswaldo Luizar en Cusco.

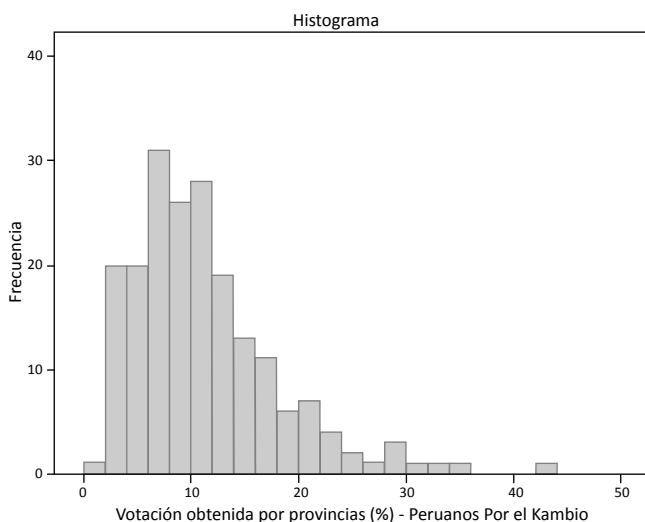
Los resultados de la primera vuelta confirmaron el favoritismo del fujimorismo, que obtuvo el primer lugar con el 39,86% de los votos válidos, un gran salto frente al 23,56% de la elección de 2011. Pero Keiko Fujimori no solo obtuvo más votos, sino que mostró un cambio importante en su patrón de adhesiones. A diferencia de 2011, elección en la cual la votación de Keiko Fujimori tendió a concentrarse más entre sectores urbanos y altos, en Lima y en la costa norte (a diferencia de la votación de Humala, más rural, concentrada en sectores populares y en el sur andino), en 2016 la votación de Fuerza Popular aparece mucho más pareja social y territorialmente. El carácter más «nacional» de su votación le permitió a Fuerza Popular obtener el 36,34% de los votos válidos y obtener 73 representantes, es decir, el 56% del total de congresistas. En la elección presidencial Fuerza Popular encabezó las preferencias electorales en dieciséis regiones (Amazonas, Áncash, Callao, Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Madre de Dios, Pasco, Piura, San Martín, Tumbes y Ucayali), quedó segundo en siete (Apurímac, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huancavelica, Puno y Tacna; en todas ellas ganó el Frente Amplio, salvo en Cajamarca, donde ganó Democracia Directa); y quedó en tercer lugar en dos regiones, Arequipa y Moquegua (en el primer caso, detrás de Peruanos Por el Kambio y del Frente Amplio; en el segundo, detrás del Frente Amplio y de Peruanos Por el Kambio)¹⁴.

Otros indicios del carácter más «nacional» del voto fujimorista pueden verse al analizar la desviación estándar respecto del promedio de votos por provincia obtenidos por los candidatos en primera vuelta. En el caso de Kuczynski el promedio por provincia es apenas 10,78%, con una desviación estándar de 6,79%, es decir, el 63% de ese promedio; en el caso de Mendoza, su promedio por provincia es 29,63%, con una desviación estándar de 17,3%, es decir, el 54,4% de ese promedio; mientras que Fujimori tiene un promedio por provincia de 39,32%, con una desviación estándar de 15,59%, es decir, el 39,65% de ese

¹⁴ También pesó la aplicación de la fórmula D'Hondt de asignación de escaños, que favorece a los partidos mayoritarios. Bajo la fórmula Hare, Fuerza Popular habría obtenido solo el 41% de la representación (Carey & Levitsky, 2016).

promedio¹⁵. Es decir, el voto por Keiko Fujimori se aleja menos de su promedio en las diferentes provincias, comparado con los otros candidatos. Si graficamos en histogramas el número de provincias según el nivel de votación de los tres principales candidatos, veremos en los casos de Kuczynski y Mendoza un patrón según el cual en la mayoría de provincias obtienen pocos votos, y muchos votos en pocas provincias; es decir, su votación tendió a concentrarse fuertemente en un número reducido de provincias (en el sur andino, en el caso del Frente Amplio, y en Lima, Arequipa y las ciudades más grandes, en el caso de Peruanos Por el Kambio), mientras que en el caso de Fuerza Popular tenemos pocas provincias con votaciones muy bajas y muy altas, tendiendo los votos a concentrarse en un número alto de provincias sin demasiada dispersión alrededor del promedio.

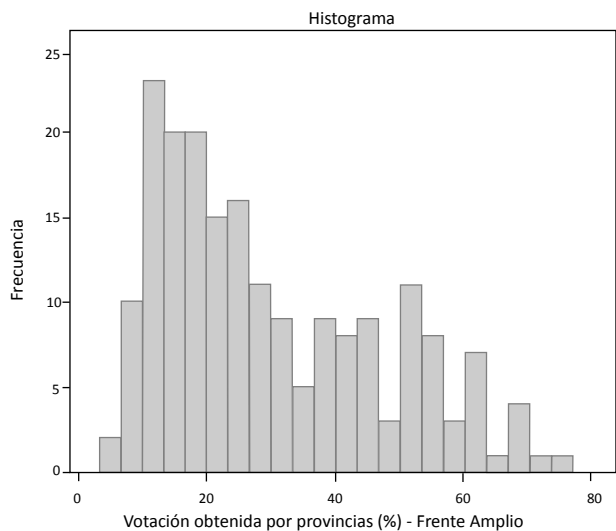
Gráfico 4. Histograma. Número de provincias según porcentaje de votación, primera vuelta de elección presidencial, candidatura de Kuczynski



Fuente: ONPE.

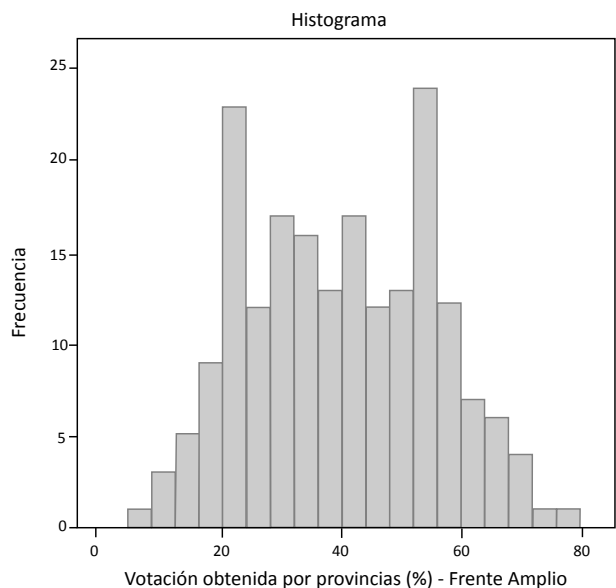
¹⁵ En la elección de 2011, el fujimorismo tuvo un promedio por provincia de 25,17%, con una desviación estándar de 12,62%, es decir el 50,13% de ese promedio. Como puede verse, el fujimorismo claramente redujo la dispersión de sus votos respecto del promedio entre una y otra elección.

Gráfico 5. Histograma. Número de provincias según porcentaje de votación, primera vuelta de elección presidencial, candidatura de Mendoza



Fuente: ONPE.

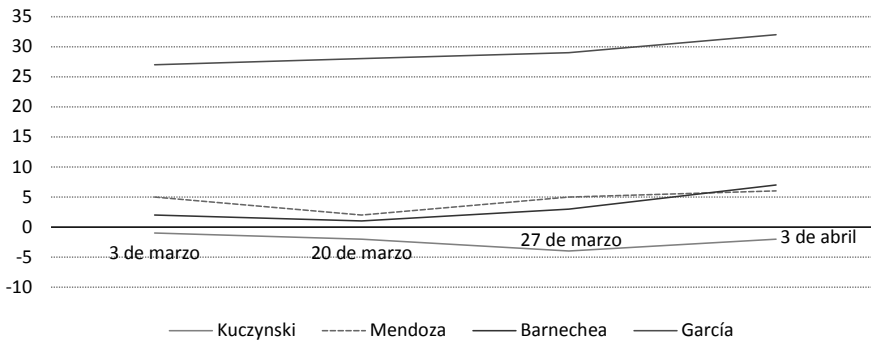
Gráfico 6. Histograma. Número de provincias según porcentaje de votación, primera vuelta de elección presidencial, candidatura de Fujimori



Fuente: ONPE.

Después de la primera vuelta, si bien las encuestas de opinión referidas a la segunda vuelta anunciaban que el candidato mejor posicionado para enfrentar a Keiko Fujimori era Kuczynski (ver el gráfico 7), dadas las limitaciones mostradas por la candidatura de Kuczynski (en cuanto a su estrategia como al carácter fundamentalmente urbano y asentado en sectores altos que reveló su patrón de votación), y dado el arrollador triunfo de Fujimori en primera vuelta (que mostró una gran disciplina en campaña, y un patrón de votación muy parejo en el ámbito nacional, que le permitió ganar la mayoría absoluta del Congreso), se esperaba una segunda vuelta cómoda para esta. Sin embargo, las cosas resultaron inesperadamente complicadas. Las primeras encuestas de opinión de segunda vuelta todavía ubicaban a Kuczynski por encima de Keiko Fujimori.

Gráfico 7. Puntos porcentuales de ventaja de Keiko Fujimori frente a sus posibles rivales en segunda vuelta

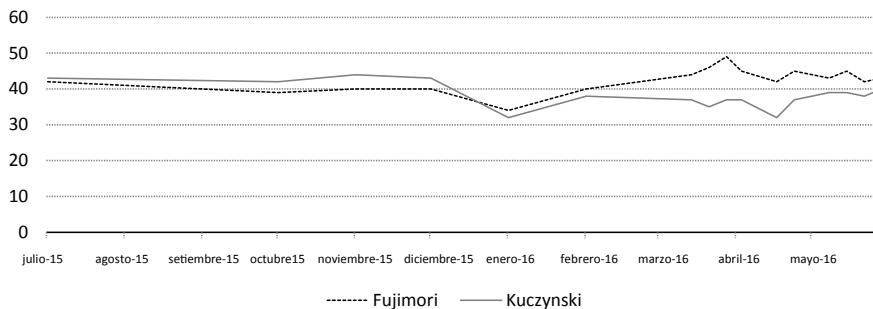


Fuente: Ipsos Perú, 2016.

La evolución del antivoto por Fujimori muestra que llegó a su punto más bajo a inicios de 2016, pero que desde entonces tendió a aumentar hasta llegar a su punto más alto en los días previos a la primera vuelta electoral. El 5 de abril, cinco días antes de la votación, diversos colectivos ciudadanos agrupados bajo el lema «Keiko no va» realizaron una masiva movilización en Lima y en otras ciudades del país. Esto habría convencido a Fuerza Popular de que no tenía sentido continuar con una estrategia de moderación. Para la segunda vuelta, esa estrategia fue desmontada y reemplazada por la búsqueda de alianzas con segmentos específicos de la sociedad todavía no comprometidos con el candidato rival; esto acercó a Fujimori a sectores y organizaciones informales con demandas que cuestionaban de diversas la legalidad estatal. Así, «el discurso de Harvard» fue reemplazado por uno nuevo, simbólicamente inaugurado en el centro minero de La Rinconada (Puno), donde la candidata se comprometió a derogar una serie de decretos que buscaban hacer frente a la minería informal e ilegal. Se trató de

una apuesta arriesgada, pero que podría lograr conectar con un bolsón importante de electores, hasta ese momento desatendidos por todos los candidatos.

Gráfico 8. Evolución del antivoto de los candidatos de la segunda vuelta



Fuente: Ipsos Perú, 2016.

La nueva estrategia rindió frutos, y en las semanas previas a la segunda vuelta el antivoto fujimorista nuevamente se mostraba a la baja, y dos semanas antes de la segunda vuelta del 5 de junio las encuestas ubicaban a Fujimori nuevamente encabezando las preferencias electorales.

3.2. Peruanos Por el Cambio: de PPKeiko a PPKaviar

De cara a la segunda vuelta, muchos analistas llamaban la atención sobre lo difícil que le resultaría a Kuczynski, un candidato de claro perfil «proempresarial», con un perfil de votación asentado principalmente en Lima y en las ciudades más desarrolladas, claramente identificado con los sectores socioeconómicos más altos, sin un partido político propiamente dicho, enfrentar con éxito a Fujimori. Más todavía considerando que en la segunda vuelta de 2011 Kuczynski apoyó explícitamente a Fujimori, ante el temor que despertaba en sectores de derecha la emergencia del proyecto «chavista» de Humala, apoyo por el que se ganó el apelativo de «PPKeiko»¹⁶. Todo esto hacía pensar que en segunda vuelta habría un alto porcentaje de votos nulos y en blanco, en tanto se resultaría difícil a Kuczynski presentarse como un abanderado de los votantes contrarios a Fujimori. Sin embargo, llamó la atención que desde el inicio de la campaña en segunda vuelta Kuczynski apareció como un candidato competitivo, superando a Fujimori.

¹⁶ Algunos de los comandos locales de Fuerza Popular, por ejemplo, utilizaban fragmentos del discurso de apoyo pronunciado por Kuczynski en 2011 apoyando a Fujimori como parte de su campaña tanto en redes sociales como en sus locales partidarios mediante altoparlantes.

En el sorprendente atractivo del candidato de Kuczynski pesó mucho un factor un tanto inesperado, que terminó siendo fundamental para definir el resultado de las elecciones, y que no responde a algún clivaje de naturaleza histórica o estructural: el antifujimorismo¹⁷. A pesar de que Fuerza Popular desarrolló una estrategia de moderación que llevó a una reducción del antivoto por Fujimori, se produjo una reacción entre diversos colectivos de la sociedad civil, que avivaron el recuerdo de los crímenes, problemas de corrupción y otros aspectos negativos del fujimorismo de la década de 1990, cuestionaron la veracidad de la conversión democrática del fujimorismo pregonada por su candidata, llamando la atención sobre la continuidad de personajes y prácticas propias del pasado¹⁸. Así, sin mayor esfuerzo, Kuczynski parecía cosechar el rechazo a Fujimori y representar al tan ansiado «mal menor» en esta segunda vuelta, incluyendo incluso a los votantes de Mendoza, concentrados en el sur andino, que pasaron rápidamente a optar por el primero, a pesar de que este supuestamente representaba la continuidad con el modelo neoliberal que la candidata rechazaba (ver gráfico 3). Este inesperado buen desempeño hizo que la campaña de Kuczynski estuviera marcada por cierta pasividad.

Sin embargo, como hemos visto, a pocas semanas antes de la segunda vuelta, Fujimori remontó en las encuestas y recuperó el primer lugar. Esto obligó a Kuczynski a implementar una nueva estrategia, intentar sacar ventaja del sentimiento antifujimorista, presentando a Kuczynski como la opción democrática y republicana, frente al riesgo del autoritarismo fujimorista¹⁹. Incluso Mendoza lanzó un mensaje de respaldo a Kuczynski en quechua, que tuvo un impacto importante entre redes de activistas de izquierda, reacios a apoyar a quien había sido su gran adversario en la disputa por la segunda vuelta. Con todo, una semana antes de la elección de segunda vuelta, el pesimismo reinaba entre los electores antifujimoristas; las encuestas de opinión no solo mostraban una ventaja a favor de Fujimori, además sugerían que ella mostraba una tendencia a ampliarse (ver gráfico 9). En la última semana, ocurrieron hechos inesperados que, en el contexto de una elección disputada, terminaron inclinando la balanza a favor de Kuczynski. La aparición de una denuncia periodística que vinculaba al secretario general de

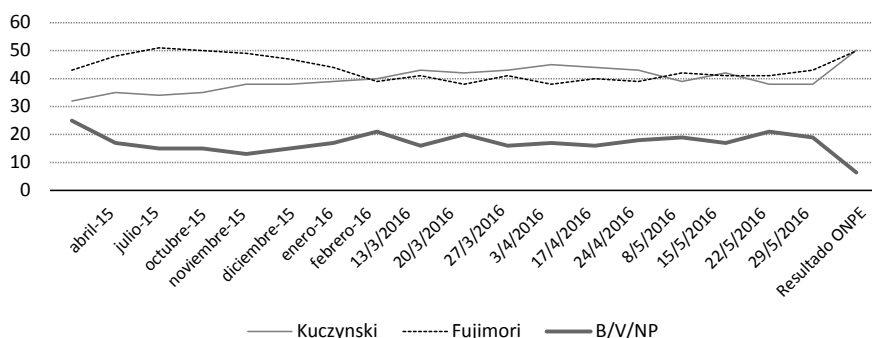
¹⁷ Una exploración de la importancia de las «antiidentidades» en la política peruana puede verse en Meléndez (2012).

¹⁸ Las movilizaciones en contra de la candidatura de Keiko Fujimori del 5 de abril, antes de la primera vuelta, y del 31 de mayo, antes de la segunda vuelta, fueron las manifestaciones públicas más grandes de la campaña, y congregaron más concurrentes que cualquier actividad proselitista de los candidatos.

¹⁹ Esto hizo que algunos comentaristas dijeran que Kuczynski pasó de ser «PPKeiko» a ser «PPKaviar». «Caviar» es un término peyorativo enrostrado en el Perú a sectores defensores de la democracia y los derechos humanos, pero supuestamente inconsecuentes con esas banderas. Ver al respecto Cisneros (2016), por ejemplo.

Fuerza Popular con operaciones de lavado de activos bajo investigación fiscal, la relativa pasividad de la candidata presidencial para tomar distancia del acusado y finalmente una nueva denuncia periodística según la cual el comando de campaña de Fuerza Popular manipuló y luego difundió un audio en el cual un denunciante se retractaba de algunas de las acusaciones realizadas tuvieron un efecto decisivo. Como puede verse en el gráfico 9, en la semana previa a la segunda vuelta el voto de los indecisos se inclinó mayoritariamente hacia Kuczynski, lo que le permitió ganar la elección por un margen muy estrecho. Podría decirse que Kuczynski ganó la elección, antes que por méritos propios, por los errores de los adversarios.

Gráfico 9. Intención de voto y resultados de la segunda vuelta



Fuente: Ipsos Perú, 2016.

Al final, a diferencia de Fuerza Popular, cuyo perfil de votación en segunda vuelta se asemejó mucho al de la primera vuelta, el de Peruanos Por el Kambio cambió de manera sustantiva²⁰; tanto es así que la correlación de Pearson entre la votación de Peruanos Por el Kambio en la primera y segunda vuelta es de apenas 0.063 y sin significancia estadística. En contraste, si comparamos la correlación del voto entre primera y segunda vuelta de los candidatos ganadores en 2001, 2006 y 2011, encontraremos correlaciones altas y significativas estadísticamente. En el caso de Humala en 2011 fue de 0.869, en el de García en 2006 fue de 0.779, y en el de Toledo en 2001 fue de 0.865. Kuczynski terminó siendo en segunda vuelta un candidato muy diferente al de la primera porque sus electores cambiaron y la fuerza más importante que atrajo sus votos no fue tanto su oferta electoral, sino la vitalidad del antifujimorismo.

²⁰ Al ensayar una regresión lineal para dar cuenta de las variables que explican la votación por Kuczynski en segunda vuelta en las provincias del país según varios indicadores, encontramos como variable significativa el número de comunidades indígenas en cada provincia (en una relación directa), algo muy diferente al perfil más urbano de la primera vuelta, y algo similar al perfil de votación del Frente Amplio en primera vuelta.

4. A MODO DE CONCLUSIÓN

Nuestra lectura de las elecciones de 2016 y de sus resultados llama la atención sobre la importancia y continuidad en una serie de condiciones históricas y estructurales, vinculadas a características socioeconómicas y demográficas, pero también muestra la importante continuidad de factores políticos contingentes, estrategias de campaña, aciertos y errores de los candidatos, que les permiten o no aprovechar oportunidades disponibles, así como la intervención de clivajes de naturaleza política. Los clivajes estructurales, por así decirlo, se activan o desactivan, ganan relevancia o la pierden, según se desenvuelven las campañas políticas, según las ofertas de los candidatos y otros colectivos sociales, lo que suele ser pasado por alto.

Así, esta elección, percibida por muchos analistas como atípica, no lo sería tanto; lo más que podría decirse es que en esta elección la importancia de lo político y de lo contingente ha sido más clara que en otras ocasiones. Esta elección mostró que candidatos con algún potencial no lograron «despegar» por no planear estrategias que los pudieran colocar como candidatos atractivos (García, Toledo); otros se encontraron a medio camino con oportunidades que sí estaban capitalizando, pero quedaron fuera de la contienda por la inesperada intervención del JNE, que aplicó con rigor excesivo las nuevas normas que rigieron el proceso electoral (Acuña, Guzmán); otros no lograron explotar del todo las oportunidades que se les presentaron por la improvisación con la que construyeron sus candidaturas (Barnechea, Mendoza).

De otro lado, la gran estabilidad de la votación fujimorista y lo cerca que estuvo de ganar la elección muestra que la voluntad política cuenta, que el trabajo de construcción organizativa, que la implementación de estrategias rinde frutos; al mismo tiempo, la centralidad que terminó asumiendo el antifujimorismo muestra que hay elementos de naturaleza política que pueden constituir clivajes fundamentales en la contienda electoral, en cuya «activación» también intervienen colectivos, organizaciones, y no están predeterminados. Kuczynski y su triunfo muestra que la contingencia y la buena fortuna también resultan factores pertinentes, al punto que podría decirse que terminó ganando la elección uno de los candidatos que, al inicio, basados en consideraciones 'históricas y estructurales' parecía el menos aparente para hacerlo. Esperemos que la buena fortuna lo acompañe también en su gestión como presidente.

BIBLIOGRAFÍA

- Albán, Javier & Josefina Miró Quesada (2016). Las dificultades de caminar derecho. Las reglas del juego electoral. En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 275-299). Lima: Planeta.
- Aragón, Jorge (2006). Elecciones 2006: ¿democracia vs. autoritarismo? *Argumentos*, 5(1).
- Aragón, Jorge (2011). Sobre las elecciones generales de 2011 y sus implicancias con la ventaja de haber conocido su desenlace. *Argumentos*, 3.
- Balbi, Carmen Rosa (2007). Le phénomène Humala. En Olivier Dabène (ed.), *Amérique Latine, les élections contre la démocratie?* (pp. 161-180). París: Presses de Sciences Po.
- Ballón, Eduardo (2011). Telegrama sobre los resultados electorales y los desafíos del nuevo escenario. En VV.AA., *Perú hoy. El quinquenio perdido. Crecimiento con exclusión* (pp. 27-35). Lima: Desco.
- Barrenechea, Rodrigo (2011). PPK: auge y caída de una ilusión electoral. En Carlos Meléndez (comp.), *Post-candidatos. Guía analítica de sobrevivencia hasta las próximas elecciones* (pp. 123-145). Lima: Mitin.
- Barrenechea, Rodrigo (2014). *Becas, bases y votos. Alianza Para el Progreso y la política subnacional en el Perú*. Lima: IEP.
- Bazán, Sigrid (2016). Superando una doble traición. ¿Cómo llega la izquierda a las elecciones de 2016? En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 155-172). Lima: Planeta.
- Bernales, Enrique (2006). Elecciones generales del 2006. Análisis social y político de sus resultados. *Revista de Sociedad y Estado*, 2(1), 161-191.
- Cameron, Maxwell A. (2011). Peru: The Left Turn that Wasn't. En Steven Levitsky y Kenneth Roberts (eds.), *The Resurgence of the Latin American Left* (pp. 375-398). Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Carey, John & Steven Levitsky (2016). Fujimori's Party Already Controls Peru's Congress. Here's Why Observers Are Worried. *The Washington Post*, 3 de junio. <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/06/03/fujimoris-party-already-controls-perus-congress-heres-why-observers-are-worried/>. Fecha de consulta: 12 de julio de 2016.
- Castro, Alberto (2016). Elecciones: percepciones desde una comunidad campesina en Sucre, Ayacucho. *Argumentos*, 10(2).
- Cisneros, Aldo (2016). De PPKeiko a PPKaviar. *Punto y coma*, 16 de abril. <http://www.puntoycoma.pe/coyuntura/opinion-de-ppkeiko-ppkaviar/>. Fecha de consulta: 12 de julio de 2016.

- Dargent, Eduardo (2011). Lo que nos deja la elección (y lo que se viene). En Carlos Meléndez (comp.), *Post-candidatos. Guía analítica de sobrevivencia hasta las próximas elecciones* (pp. 337-358). Lima: Mitin.
- Dargent, Eduardo & Paula Muñoz (2011). Continuidades y cambios en la democracia sin partidos. *Revista de Ciencia Política*, 32(1), 245-268.
- El Comercio (2016). *Keiko: «Cargué una mochila muy grande por errores de terceros»*, 25 de enero. elcomercio.pe/politica/elecciones/keiko-cargue-mochila-grandes-errores-terceros-391536
- Fowks, Jacqueline (2011). Sobresaltos políticos en el Perú del milagro económico. Un análisis de los resultados electorales. *Nueva Sociedad*, 233, 4-13.
- García, Luis (2016). «Cholo salvaje». El último *round* de Alejandro Toledo. En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 103-123). Lima: Planeta.
- García, Mariel & Carlos Meléndez (2006). Las tradiciones y las nuevas tendencias electorales: análisis comparado de la segunda vuelta. *Argumentos*, 1(5).
- Grompone, Romeo (2006a). El color que el infierno nos negara. Interpretando los resultados de las elecciones del 9 de abril. *Argumentos*, 1(3).
- Grompone, Romeo (2006b). Nuestra obstinada ignorancia. Sobre las elecciones de junio y la presente situación política. *Argumentos*, 1(3).
- Hernández Asensio, Raúl (2006). La focalización del voto y sus condicionantes. *Argumentos*, 2(3).
- Hernández Asensio, Raúl (2011). Algunas ideas sobre el voto rural en dos territorios de la sierra sur. *Argumentos*, 2.
- Lanegra, Iván (2016). ¿El neoliberalismo sin fin? La volátil continuidad electoral en Perú. *Nueva Sociedad*, 263, 19-27.
- León, Carlos (2011a). El reino de la incertidumbre. Elecciones y alianzas en Fuerza Social y Gana Perú. En Carlos Meléndez (comp.), *Anti-candidatos. Guía analítica para unas elecciones sin partidos* (pp. 109-146). Lima: Mitin.
- León, Carlos (2011b). Nosotros nos equivocamos menos. Vida, muerte y resurrección electoral de Ollanta Humala. En Carlos Meléndez (comp.), *Post-candidatos. Guía analítica de sobrevivencia hasta las próximas elecciones* (pp. 43-90). Lima: Mitin.
- Levitsky, Steven (2011). Peru's 2011 Elections: A Surprising Left Turn. *Journal of Democracy*, 22(4), 84-94.

- Manrique, Nelson (2011). *La fractura irresuelta 2.0*. <https://nelsonmanrique.lamula.pe/2011/06/03/la-fractura-irresuelta-20/nmanrique/>. Fecha de consulta: 12 de julio de 2016.
- Manrique, Nelson (2016). Primer balance. *La República*, 12 de abril. <http://larepublica.pe/imprensa/opinion/759275-primer-balance>. Fecha de consulta: 12 de julio de 2016.
- McClintock, Cynthia (2006). An Unlikely Comeback in Peru. *Journal of Democracy*, 17(4), 95-109.
- Meléndez, Carlos (2011). Del Shambar al «sancochado». El proyecto político de César Acuña. Una mirada desde Trujillo. En Carlos Meléndez (comp.), *Anticandidatos. Guía analítica para unas elecciones sin partidos* (pp. 173-184). Lima: Mitin.
- Meléndez, Carlos (2012). *Partidos inesperados. La institucionalización del sistema de partidos en un escenario de post colapso partidario. Perú 2001-2011*. Lima: Fundación Friedrich Ebert.
- Meléndez, Carlos & María Cristina Pachón (2016). Mi primer millón. César Acuña, el nuevo rico de la política peruana. En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 43-59). Lima: Planeta.
- Meléndez, Luis (2016). Todos los (Gregorio) Santos: de rondero campesino a candidato presidencial antisistema. En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 173-204). Lima: Planeta.
- Muñoz, Paula (2011). Más allá de la campaña. *Opinión y análisis, II*, julio, 9-16.
- Muñoz, Paula & Yamilé Guibert (2016). Perú: El fin del optimismo. *Revista de Ciencia Política*, 36(1), 313-338.
- Murakami, Yusuke (2013). Desigualdad, conflictos sociales y el proceso electoral de 2011 en el Perú. En Yusuke Murakami (ed.), *América Latina en la era posneoliberal: democracia, conflictos y desigualdad* (pp. 177-218). Lima: IEP-Center for Integrated Area Studies, Kyoto University.
- Murakami, Yusuke & Rodrigo Barrenechea (2011). Fuerzas y límites del «fujimorismo sin (Alberto) Fujimori». En Carlos Meléndez (comp.), *Anticandidatos. Guía analítica para unas elecciones sin partidos* (pp. 71-84). Lima: Mitin.
- Nesbet-Montecinos, Felipe (2011). Humala antes de Ollanta: evolución política del nuevo presidente peruano. *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 91, 81-90.

- Panfichi, Aldo (2007). Perú, elecciones 2006: auge y caída del nacionalismo de Ollanta Humala. En Isidoro Cheresky (ed.), *Elecciones presidenciales y giro político en América Latina* (pp. 209-221). Buenos Aires: Manantial.
- Puémape, Félix (2016). La fe de los sobrevivientes. Una mirada a la ¿última? campaña electoral de Alan García (y Lourdes Flores). En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 61-86). Lima: Planeta.
- Rozas, Lucila & Paolo Sosa Villagarcía (2016). El rompecabezas del Sur. *Noticias SER*, 4 de mayo. <http://www.noticiasser.pe/04/05/2016/informe/el-rompecabezas-del-sur>
- Sosa Villagarcía, Paolo (2016). ¿El despertar de la Fuerza Popular? Keiko Fujimori y el partido de las paradojas. En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 15-42). Lima: Planeta.
- Tanaka, Martín (2006). ¿Qué podemos aprender sobre el Perú de esta campaña electoral? *Argumentos*, 1(2).
- Tanaka, Martín (2007). *El sistema de partidos «realmente existente» en el Perú, los desafíos de la construcción de una representación política nacional, y cómo enrumbar la reforma política*. Informe de investigación. Lima: CIES.
- Tanaka, Martín (2011a). 10 de abril, 5 de junio y 28 de julio. *Argumentos*, 3.
- Tanaka, Martín (2011b). Peru's 2011 Elections: A Vote for Moderate Change. *Journal of Democracy*, 22(4), 75-83.
- Tanaka, Martín & Paolo Sosa Villagarcía (2016). La política de otro mundo: la fallida reelección de Susana Villarán. En Fernando Tuesta Soldevilla (ed.), *Partidos políticos y elecciones. Representación política en América Latina* (pp. 419-435). Lima: JNE.
- Tanaka, Martín & Sofía Vera (2010). Perú: la dinámica «neodualista» de una democracia sin sistema de partidos. En Maxwell A. Cameron y Juan Pablo Luna (eds.), *Democracia en la región andina: diversidad y desafíos* (pp. 197-242). Lima: IEP.
- Tanaka, Martín, Sofía Vera & Rodrigo Barrenechea (2011). Cambios y continuidades en las elecciones presidenciales 2011. *Argumentos*, 2.
- Torres, Alfredo (2015). El *underdog* del norte. *El Comercio*, 15 de noviembre.
- Urrutia, Adriana (2011). Que la Fuerza (2011) esté con Keiko: el nuevo baile del fujimorismo. El fujimorismo, su organización y sus estrategias de campaña. En Carlos Meléndez (comp.), *Post-candidatos. Guía analítica de sobrevivencia hasta las próximas elecciones* (pp. 91-120). Lima: Mitin.

- Valle-Riestra, Esteban (2016). PPK 2016: del «sancochado» al «aguadito». En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 87-101). Lima: Planeta.
- Vera, Sofía (2011). Volar sin paracaídas. Alejandro Toledo y su re-elección frustrada. En Carlos Meléndez (comp.), *Post-candidatos. Guía analítica de sobrevivencia hasta las próximas elecciones*. Lima: Mitin.
- Vergara, Alberto (2007). *Ni amnésicos ni irracionales. Las elecciones peruanas de 2006 en perspectiva histórica*. Lima: Solar.
- Vergara, Alberto (2013). *Ciudadanos sin república. ¿Cómo sobrevivir en la jungla política peruana?* Lima: Planeta.
- Vergara, Ana (2016). Quisiera ser *outsider*. *Outsiders y antiestablishments* en la actual campaña electoral. Los casos de Urresti y Guzmán. En Carlos Meléndez (ed.), *Anticandidatos. El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 125-153). Lima: Planeta.
- Vilca, Paulo (2006). Las elecciones en el altiplano. *Argumentos*, 1(3).
- Zavaleta, Mauricio (2014). *Coaliciones de independientes. Las reglas no escritas de la política electoral*. Lima: IEP.

ELECCIONES EN LIMA: CARACTERÍSTICAS E IDEAS SOBRE EL ELECTOR LIMEÑO

Rafael Arias Valverde
Cristhian Jaramillo Huamán

Lima, como capital política del Perú, no solo representa el centro de la esfera política y su accionar. Específicamente, la ciudad de Lima Metropolitana desempeña un papel importante en cada proceso electoral nacional, ya que concentra históricamente el 30% del electorado. De esta manera, la capital presenta una importancia significativa para las elecciones tanto presidenciales como congresales.

Este artículo tiene como objetivo describir la provincia de Lima y sus votantes, junto con las preferencias de los mismos. Se buscará hallar indicios de factores que podrían influir en la decisión de los electores al momento de sufragar. Para ello, se analizarán los datos que dejaron las últimas elecciones para determinar el comportamiento electoral de los votantes.

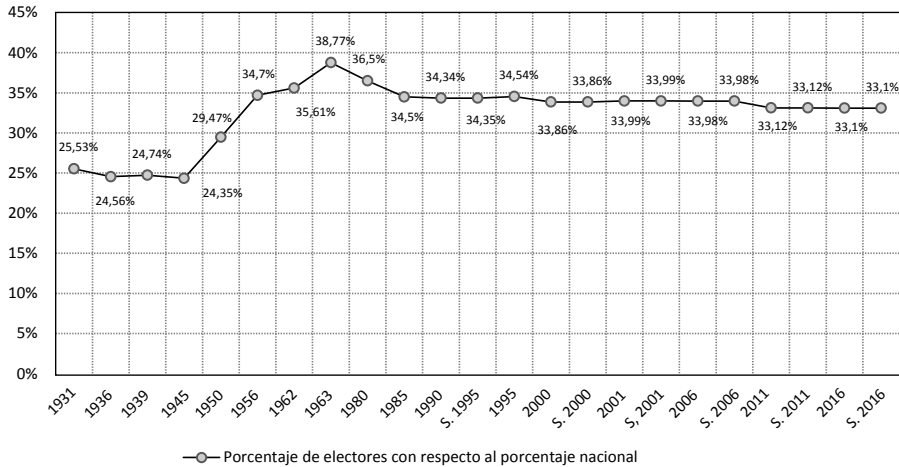
1. EL CASO LIMEÑO

La provincia de Lima, ubicada en la región centro oeste del Perú, es el área con mayor concentración poblacional en el país y, en consecuencia, posee una importancia significativa en las elecciones generales y parlamentarias debido a la cantidad de electores que esta aporta. Con una población total de 9 903 935 habitantes, Lima es la circunscripción más grande de votantes en el Perú concentrando, para 2016, un 33,1% del padrón electoral.

De la misma manera, durante los diversos procesos electorales nacionales transcurridos en el Perú, la provincia de Lima ha mantenido un rol preponderante en el resultado. Esto se debe al gran crecimiento demográfico que esta ciudad sufrió a inicios de la década de 1980 debido a la migración de ciudadanos de las demás provincias hacia la capital del país. Como demuestra el gráfico 1, a partir de las

elecciones de 1985, la provincia de Lima concentra en promedio un 33,84% de todo el electorado nacional. Este tercio de votantes hace que Lima se convierta en una circunscripción clave para los candidatos a la Presidencia puesto que obtener un resultado positivo en esta área los afianza con un número significativo de votos.

Gráfico 1. Padrón electoral (1931-2016). El caso limeño



Fuente: JNE.

Actualmente, en el ámbito electoral, la provincia de Lima cuenta con 7 580 758 de votantes inscritos en el padrón electoral lo que resulta en un 33,1% del total de electores nacionales. En el nivel más desagregado, dicha población electoral puede dividirse en seis grupos etarios. La tabla 1 muestra datos más detallados al respecto:

Tabla 1. Género y grupo etario de ciudadanos limeños

| Lima | | | | | | |
|--------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------|---------|
| Edad | < 30 | < 40 | < 50 | < 60 | < 70 | >= 70 |
| | 2 020 967 | 1 568 296 | 1 258 908 | 914 285 | 611 065 | 511 028 |
| Género | Hombres | | Mujeres | | Total | |
| | 3 393 943 | | 3 490 606 | | 6 884 549 | |

Fuente: JNE.

Así, el electorado limeño se compone de una proporción significativa de mujeres (50,71%) y de ciudadanos entre dieciocho y treinta años (29,36%). Este último dato resulta importante puesto que los ciudadanos menores de cuarenta años

concentran el 52,14% de votos lo que supone un electorado relativamente joven y con demandas vinculadas a su edad. En este mismo aspecto, es destacable el caso del distrito de Puente Piedra en donde la población menor de treinta años representa el 37,11% del total de electores siendo el distrito con más ciudadanos jóvenes en todo Lima. En contraste, el distrito de Miraflores resulta ser el que posee una menor proporción de electores menores de treinta años (solo 22 153 personas o un 16,98%) y la mayor concentración de electores entre sesenta y setenta años (17 733 o 13,59%).

Asimismo, es necesario destacar la diversidad socioeconómica presente en la provincia de Lima. La estructura de Lima Metropolitana se conforma por un 5,2% de personas pertenecientes al Nivel Socioeconómico (NSE) A, un 20% del NSE B, 40,4% de NSE C, 25,7% de NSE D y 8,7% de NSE E. Aunque, como destaca Ipsos Perú, la estructura de la ciudad sigue manteniendo ciertas variaciones importantes. Un ejemplo de ello es el aumento del NSE A con respecto del obtenido el anterior año o el crecimiento paulatino del NSE B que en 2005 agrupaba solo un 12,3% de la población limeña (2016). En consecuencia, el NSE C, D y E han decrecido significativamente.

De esta manera, el electorado limeño, además de concentrar un gran porcentaje de votos, presenta ciertas características que lo diferencian de ser un caso homogéneo. La provincia de Lima se compone de 43 distritos los cuales presentan particularidades como la variación en la edad, género y niveles socioeconómicos.

2. ELECCIONES PRESIDENCIALES: PRIMERA VUELTA

La primera vuelta de las elecciones generales 2016 se realizó el 10 de abril de 2016 con el objetivo de elegir al presidente de la república, sus dos vicepresidentes, 130 congresistas y cinco representantes del Parlamento Andino. En este proceso electoral se contó con la participación de diez partidos políticos. Estos fueron: Acción Popular, con Alfredo Barnechea como candidato a la presidencia; Alianza Popular, con Alan García; Democracia Directa, con Gregorio Santos; El Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad, con Verónica Mendoza; Frente Esperanza, con Fernando Olivera; Fuerza Popular, con Keiko Fujimori; Partido Político Orden, con Ántero Flores-Aráoz; Peruanos Por el Kambio, con Pedro Pablo Kuczynski; Perú Posible, con Alejandro Toledo y Progresando Perú, con Miguel Hilario.

En el caso limeño, las elecciones de primera vuelta contaron con la participación de 5 976 534 electores o un 86,81% del total de ciudadanos inscritos en el padrón electoral para la provincia de Lima. No obstante, la participación electoral de este proceso resulta, en el nivel comparado, menor que el anterior. El gráfico 2 evidencia

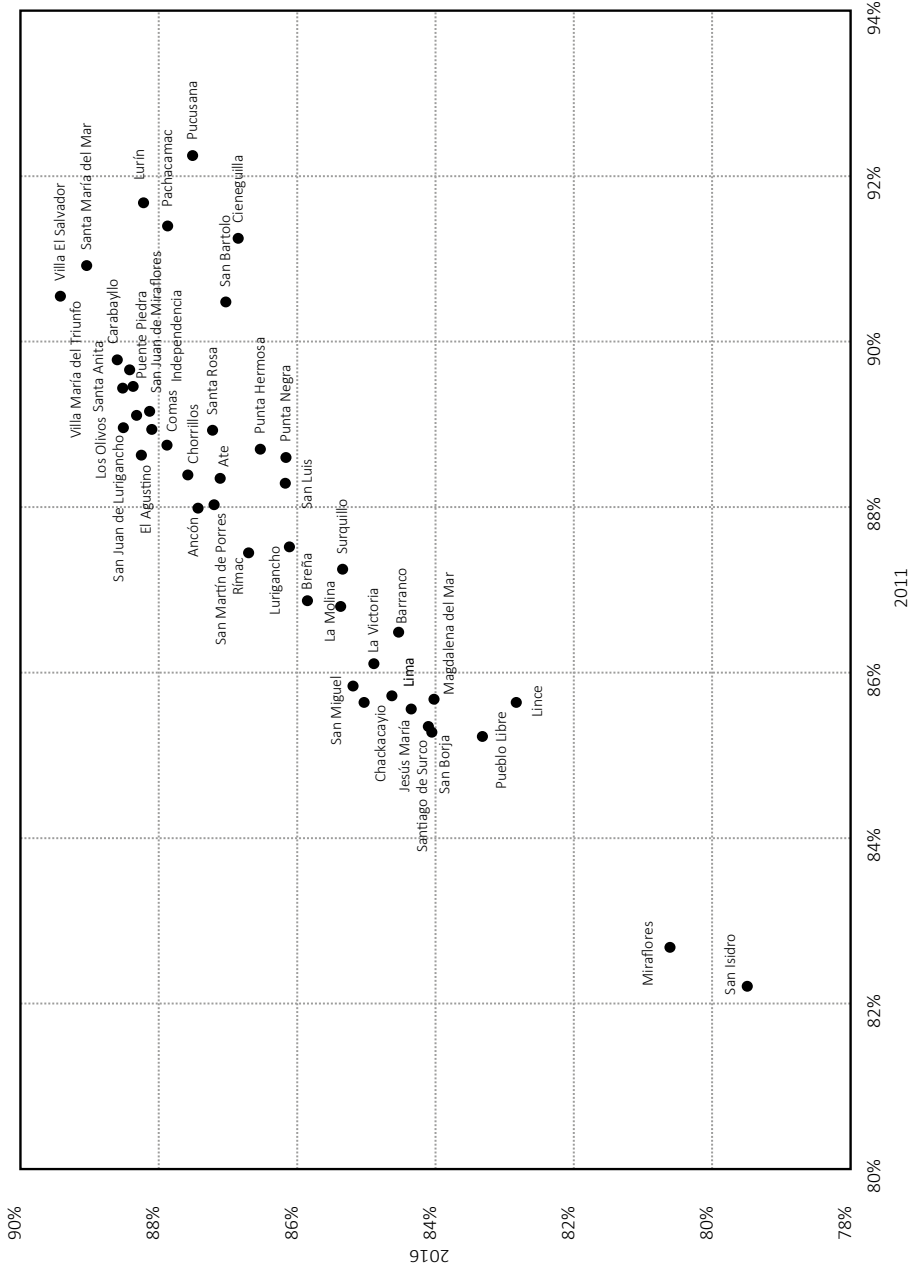
la disminución de la participación ciudadana en las elecciones al compararse los datos de 2016 con los de la primera vuelta de las elecciones generales de 2011. Al realizar un análisis de los datos obtenidos en estas dos elecciones es posible afirmar que los 43 distritos que componen la provincia de Lima han disminuido significativamente su porcentaje de participación. Así, todos los distritos obtuvieron resultados inferiores con respecto a 2011 siendo Pucusana un caso resaltable con una disminución de 4,74 puntos porcentuales. Mientras que, el distrito en que la participación cayó en menor grado fue El Agustino con una disminución del 0,38%.

Por otra parte, es necesario destacar, que el proceso electoral de 2016 se vio influenciado por la nueva legislación electoral, en específico, las modificaciones a la ley 28094, Ley de Partidos Políticos. Esta nueva normativa resultó en la exclusión del proceso electoral de César Acuña, representante del partido Alianza Para el Progreso, y Julio Guzmán por parte de Todos Por el Perú. De la misma forma, los candidatos: Felipe Castillo (Siempre Unidos), Renzo Reggiardo (Perú Patria Segura), Daniel Urresti (Partido Nacionalista Peruano), Vladimir Cerrón (Perú Libertario), Yehude Simon (Partido Humanista), Francisco Diez-Canseco (Perú Nación) y Nano Guerra García (Solidaridad Nacional) retiraron su candidatura con lo que se redujo el número de partidos políticos participantes a diez.

En el caso de los resultados electorales, de los 43 distritos que componen la provincia de Lima, el partido político Fuerza Popular obtuvo su victoria en veintiocho circunscripciones. Mientras que, Peruanos Por el Kambio ganó en quince de ellas. Sobre esto, es necesario detallar que la provincia limeña se vio dividida entre estas dos organizaciones políticas sin que una tercera fuerza les disputara el dominio de los distritos. También, es importante notar que, de los quince distritos ganados por Pedro Pablo Kuczynski, trece poseen un alto nivel de Desarrollo Humano mientras que solo dos se encuentran en un nivel medio-alto (ver gráfico 7). Mientras que, en el caso de Keiko Fujimori los veintiocho distritos ganados por su agrupación se distribuyeron sobre todo entre un bajo y medio IDH teniendo solo al distrito de San Luis como el único caso con un alto nivel en este indicador y en el que la candidata de Fuerza Popular obtuvo una amplia mayoría.

En general, en la provincia de Lima, el partido ganador resultó Fuerza Popular, con 39,25% de los votos; seguido por Peruanos Por el Kambio, con 31,11%. Dichos resultados se condicen con las cifras obtenidas nacionalmente en las que también venció el partido liderado por Keiko Fujimori, con un 39,81% de votos y en segundo lugar el partido de Pedro Pablo Kuczynski, con 20,99%. Cabe resaltar la importancia que tuvo la provincia de Lima para ambos candidatos. En el caso de Kuczynski el 50,02% de sus votos obtenidos en el ámbito nacional se concentró en la provincia de Lima. Es decir, más de la mitad de sus votos los obtuvo

Gráfico 2. Participación electoral 2011-2016, primera vuelta en Lima Metropolitana



Fuente: JNE.

en esta circunscripción, lo que hizo que este candidato se volviera absolutamente dependiente de un resultado positivo en dicha provincia. Al contrario, Keiko Fujimori no debe su capital político por completo a los votos obtenidos en Lima. Es más, solo el 33,32% de los votos de esta candidata dependieron de su actividad en esta circunscripción electoral.

Gráfico 3. Distritos ganados por los candidatos presidenciales - primera vuelta



Fuente: JNE.

3. ELECCIONES PRESIDENCIALES: SEGUNDA VUELTA

La segunda vuelta de las elecciones presidenciales se llevó a cabo el 5 de junio de 2016 en vista de que ningún candidato obtuvo el porcentaje requerido para ser presidente en la primera vuelta (más del 50% de los votos emitidos). Los partidos

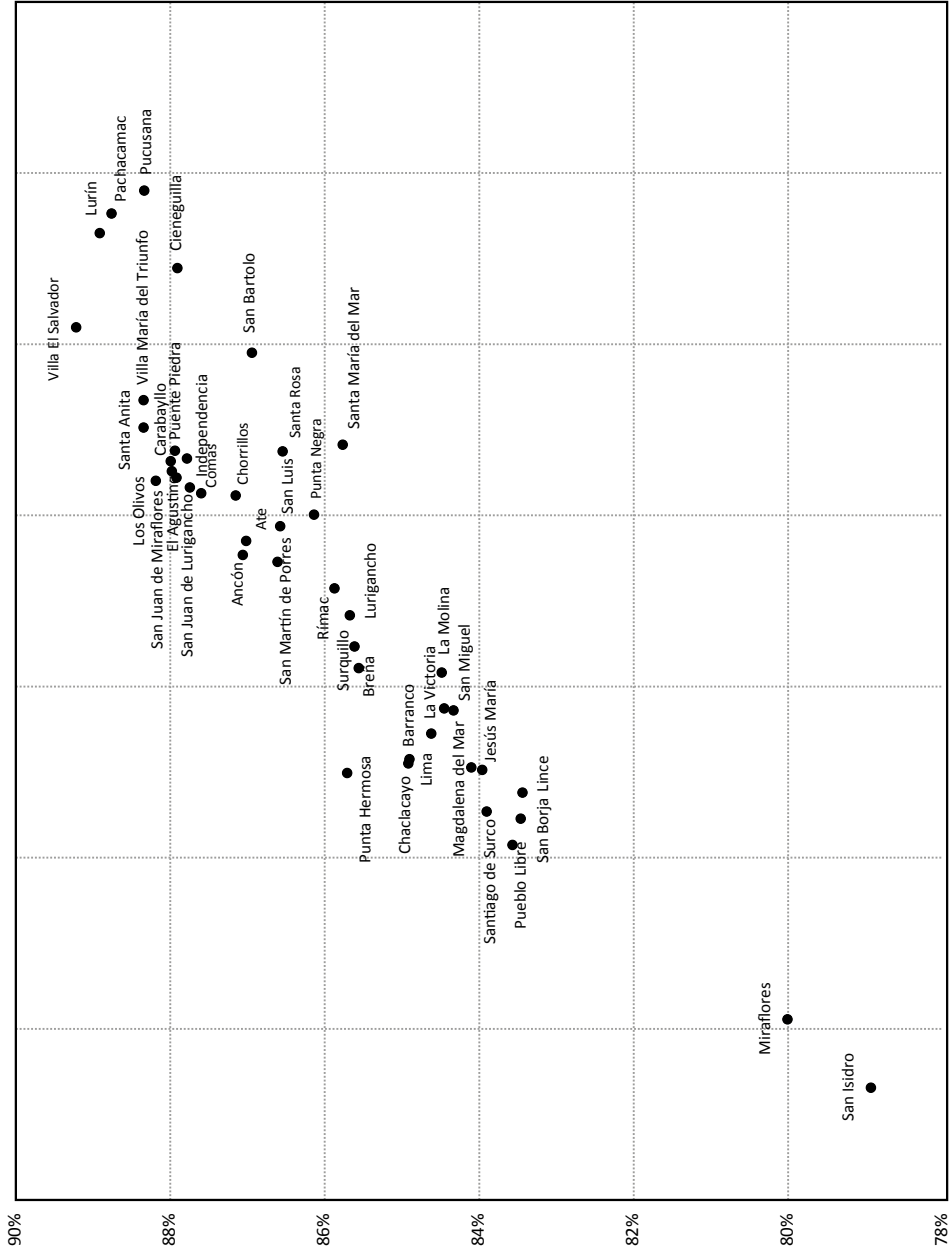
políticos que accedieron a la segunda vuelta fueron Fuerza Popular y Peruanos Por el Cambio, con sus candidatos Fujimori y Kuczynski respectivamente.

En cuanto a la participación electoral, la tendencia a la disminución de la asistencia ciudadana también es notoria en esta elección. En específico, todos los distritos disminuyeron en el porcentaje de personas que efectivamente fueron a votar con respecto a la elección de segunda vuelta de 2011. El caso más notorio resulta ser el del distrito de Santa María del Mar con una reducción del 5,15% de participación electoral mientras que en el otro extremo se encuentra El Agustino con una disminución del 0,71%. El gráfico 4 presenta los resultados de este análisis con mayor precisión.

En el nivel desagregado, en el caso de la provincia de Lima los resultados obtenidos por los dos candidatos en la segunda vuelta variaron discretamente. Fuerza Popular consiguió de nuevo un resultado favorable en esta circunscripción al ganar en veintidós distritos de los 43. Todos estos se encuentran entre una baja y media categoría en el Índice de Desarrollo Humano y se concentran en centros populares como Villa el Salvador o San Juan de Miraflores. Mientras que el partido Peruanos Por el Cambio obtuvo una victoria electoral en veintiuno distritos, seis más que la anterior elección. Estos distritos, en su mayoría, se encuentran entre la categoría media y alta del Índice de Desarrollo Humano con excepción de Punta Negra, único caso de escala baja en donde Pedro Pablo Kuczynski obtuvo una victoria electoral. En el gráfico 5 se evidencian los distritos obtenidos por ambos candidatos de manera más precisa.

En el nivel nacional, los resultados de la segunda vuelta dieron como ganador al candidato de Peruanos Por el Cambio con un total de 8 596 937 votos (50,12%) sobre Keiko Fujimori, quien obtuvo 8 555 880 votos (49,88%). De estas cifras, en el caso del partido ganador, la votación en Lima representó un 33,90% (2 914 613) del total obtenido en el ámbito nacional. Una cifra similar obtuvo Fuerza Popular cuya votación en Lima significó el 32,7% con respecto al porcentaje en el nivel nacional. Lo que simboliza que ambos partidos encontraron en Lima un tercio de los votos que necesitaban para poder competir en el nivel nacional. Esta cifra resalta, nuevamente, la gran importancia que cumple la provincia de Lima en cuanto a los resultados electorales y la manera en que ganar la elección en esta circunscripción influye en gran medida en el resultado electoral general.

Gráfico 4. Participación electoral 2011-2016, segunda vuelta en la provincia de Lima



Fuente: JNE.

En el caso de la provincia de Lima, esta circunscripción electoral tuvo un total de 612 candidaturas presentadas en diecisiete listas para solo 36 escaños. Es decir, la probabilidad inicial de obtener un escaño era del 5,88%. Sin embargo, debido a los retiros de candidaturas de los diferentes partidos políticos, el número de candidaturas que efectivamente participaron en la elección se redujo hasta 353 en solo diez listas parlamentarias.

De la misma manera, la distribución del voto parlamentario en Lima se produjo de manera variada. En el gráfico 6 y la tabla 2 muestran los distritos en los que los partidos postulantes obtuvieron el mayor número de votos por sus listas.

Es posible afirmar que lo evidenciado en el gráfico 6 con respecto a la votación de las listas parlamentarias sigue un patrón similar a las elecciones generales de primera y segunda vuelta. Solo que, en este caso, Peruanos Por el Kambio obtuvo una victoria en Santa María del Mar. Por lo demás, Fuerza Popular se mantuvo bastante enraizado en distritos populares, como Villa El Salvador o Lurigancho, y su espectro comprendió sobre todo distritos con una categoría baja o media en la división establecida por el Índice de Desarrollo Humano. Mientras que, Peruanos Por el Kambio concentró su voto congresal en distritos con un alta o media categoría en el Índice de Desarrollo Humano como La Molina, Barranco y Miraflores.

Gráfico 6. Partidos con mayor votación por su lista parlamentaria en la provincia de Lima



Fuente: JNE.

Los resultados de las elecciones parlamentarias tuvieron como consecuencia la siguiente distribución de escaños en el Congreso. La fuerza mayoritaria fue la del partido liderado por Keiko Fujimori, con 73 congresistas; el Frente Amplio obtuvo veinte escaños; el partido de gobierno, Peruanos Por el Cambio, consiguió dieciocho; Alianza Para el Progreso obtuvo nueve congresistas; y, por último, tanto Acción Popular como Alianza Popular alcanzaron cinco escaños.

No obstante, es necesario también evaluar el rol que posee el voto preferencial y la influencia del mismo en la distribución de los escaños (para profundizar más en el tema véase el artículo de Henry Ayala en este libro). La tabla 2 presenta los votos obtenidos por las listas parlamentarias, el porcentaje y el número de escaños obtenidos por cada organización política.

Tabla 2. Votos parlamentarios y escaños obtenidos por las organizaciones políticas en la provincia de Lima

| Organización Política | Votos obtenidos | Porcentaje obtenido | Escaños obtenidos |
|--|-----------------|---------------------|-------------------|
| Fuerza Popular | 1 205 289 | 33,39% | 73 |
| Peruanos Por el Cambio | 930 209 | 25,77% | 18 |
| Alianza Popular | 400 936 | 11,11% | 5 |
| Frente Amplio | 322 617 | 8,94% | 20 |
| Acción Popular | 283 554 | 7,85% | 5 |
| Alianza Para el Progreso del Perú | 215 073 | 5,96% | 9 |
| Perú Posible | 115 729 | 3,21% | – |
| Alianza electoral Solidaridad Nacional-Unión Por el Perú | 39 776 | 1,10% | – |
| Frente Esperanza | 33 453 | 0,93% | – |
| Partido Político Orden | 27 799 | 0,77% | – |
| Democracia Directa | 23 404 | 0,65% | – |
| Partido Humanista Peruano | 5328 | 0,15% | – |
| Perú Nación | 3609 | 0,10% | – |
| Perú Libertario | 3197 | 0,09% | – |

Fuente: JNE.

De esta manera, es posible afirmar que casos como el Frente Amplio, con menor cantidad de votos, pero con un mayor número de escaños, se deben a la distribución del voto en el ámbito nacional, su repartición en los distritos electorales, así como el sistema de distribución de puestos parlamentarios (en el artículo de Henry Ayala se evalúa con más profundidad el voto preferencial y sus consecuencias).

5. CONTEXTO Y BIENESTAR: FACTORES QUE INCIDEN EL VOTO DEL ELECTOR LIMEÑO

Con la finalidad de entender al electorado limeño, es necesario conocer el contexto que lo involucra. Por tal motivo, es importante mencionar cómo se han llevado a cabo los cambios sociales relacionados con las preferencias electorales para llegar adonde el votante limeño se encuentra ahora.

Los ciudadanos manifiestan sus preferencias electorales de acuerdo a diferentes razones. A lo largo del tiempo, los electores han participado en elecciones de acuerdo a clivajes o intereses específicos. La industrialización dio origen al clivaje proletariado-burguesía (Nichols & Lipset, 2001). En este caso, la clase obrera, que conformaba el proletariado, hizo frente a los señores industriales. El objetivo de los partidos laboristas era asegurar derechos mínimos en favor de la clase obrera (horas de jornada laboral, pago justo, seguridad médica, entre otros).

En el caso peruano, la obtención de derechos laborales tomó desde inicios del siglo XX hasta la década de 1970. Durante ese período, se creó el Partido Socialista, del que formaron parte los movimientos obreros y campesinos (Sulmont, 1975).

En Europa, el clivaje proletariado-burguesía disminuyó a raíz del auge del estado de bienestar. A través del mismo, el Estado ofreció un escenario favorable para la generación de derechos laborales y civiles, satisfaciendo las demandas de la clase obrera. Como consecuencia, los intereses viraron de votos de clase a votos por mantener el bienestar (Nichols & Lipset, 2001).

Sin embargo, en el Perú no ocurrió lo mismo. Se ofrecieron derechos laborales a lo largo de los años, pero el estado de bienestar no se instauró. Los votantes variaron sus preferencias al ver sus necesidades insatisfechas. Los partidos colapsaron durante el primer gobierno de Alberto Fujimori (1990-1995) (Tanaka, 1998) y las inclinaciones electorales se dispersaron.

La elección de Alberto Fujimori en 1990 significó un cambio sustancial en la arena política. El candidato *outsider*¹ y su partido político, Cambio 90, logró sobrepasar a la izquierda y al APRA en primera vuelta. Luego, en segunda vuelta,

¹ En los últimos años, el término *outsider* ha sido usado de distintas maneras para definir a un grupo de políticos que no pertenecen inicialmente a la política tradicional y que logran el éxito en este ámbito. Al respecto, Panfichi (2013) sostiene que un *outsider* es el candidato de un partido

logró vencer al Fredemo (coalición que incluía a los partidos tradicionales Acción Popular y al Partido Popular Cristiano) gracias a lo cual obtuvo la Presidencia de la República.

El colapso del sistema de partidos en el Perú se consumó en 1995, cuando ninguno de los partidos tradicionales del Perú alcanzó más del cinco por ciento (Tanaka, 1998). Este hecho implicó cambios en la oferta electoral. Fujimori renunció a la Presidencia luego de ganar las elecciones presidenciales del año 2000, en un proceso acusado de ser fraudulento.

Posteriormente a la caída del gobierno de Alberto Fujimori en el año 2000, hasta el año 2016, solo un partido tradicional obtuvo la victoria en una elección presidencial, el APRA, en el proceso electoral de 2006. Esta actitud del electorado por no apoyar a los partidos tradicionales luego de 1995 puede derivar de distintas razones. No obstante, el carácter obligatorio del voto² en el Perú fuerza al ciudadano a tomar una decisión. Los factores que deciden el voto de cada persona luego de haber sido atenuado el clivaje proletariado-burguesía se inclinan hacia la obtención y sostenibilidad del bienestar (Nichols & Lipset, 2001).

Es importante mencionar que la priorización del bienestar social deviene de la cobertura de necesidades básicas o la disminución de su demanda. En este sentido, es posible considerar que las personas con una mejor calidad de vida inclinen sus votos a propuestas en favor del bien de la sociedad en general. Esto puede darse por encima de preferencias partidarias. El ciudadano limeño puede ser propenso a votar por las ideas de los candidatos más que por la visión de su agrupación política.

En el caso de las elecciones generales de 2016, Lima como provincia cuenta con el Índice de Desarrollo Humano más alto del país³. Por tanto, es la población más proclive a apoyar candidatos y propuestas que impacten en el bienestar social. Por este motivo, la oferta electoral de los candidatos al Congreso por Lima ha presentado características ligadas a mejoras en derechos sociales que se encuentran inmersos en debates internacionales. Durante la campaña, se plantearon posturas respecto de la obligatoriedad de contar con fondos de pensiones, la posibilidad de legalizar la unión civil entre personas del mismo sexo, la legalización del aborto, entre otros.

Por otro lado, la fragmentación política ocasionada por el colapso de los partidos ha dado como resultado la aparición de partidos políticos nuevos, creados para cada

político que, además de provenir de fuera del sistema político, obtuvo victorias electorales apelando a la representación sociológica y emocional de los pobres y excluidos.

² Como señala el artículo 31 de la Constitución Política del Perú: «[...] El voto es personal, igual, libre, secreto y obligatorio hasta los setenta años. Es facultativo después de esa edad [...]».

³ Información extraída de la base de datos del Índice de Desarrollo Humano del Perú en el ámbito distrital desarrollado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2012).

proceso electoral. Junto con estos partidos, la cantidad de postulantes al Congreso aumentó significativamente.

El deseo de los candidatos por ser electos, la debilidad de los partidos políticos y el bajo interés de los electores (incluso por las elecciones en sí, ver gráficos 2 y 4 sobre participación electoral), ha provocado el transfuguismo⁴. Los candidatos se ven en la necesidad de postular en partidos que tengan oportunidad de pasar la valla electoral⁵. Sin embargo, el partido al que pertenecen no necesariamente pasará la valla en la siguiente elección. Por tal motivo, una gran cantidad de congresistas cambia de partido entre una elección y otra. El resultado es candidatos sin partido.

Sumado a esto, el bajo índice de reelección de congresistas es un indicador sustancial de que los electores no apoyan a los mismos candidatos de manera reiterada (excepto en casos de candidatos de partidos tradicionales con trayectoria política). Esto significa que los votantes varían constantemente de preferencias. Los candidatos a congresista y los congresistas en sí no tienen incentivos para fortalecer sus partidos. En muchas ocasiones, entre una elección y otra, los partidos pierden la inscripción y provocan la generación de un partido nuevo. Los candidatos y congresistas solo tienen el incentivo de fortalecer su imagen con el fin de obtener un escaño gracias al voto preferencial⁶.

Por tanto, se explorarán tres características fundamentales del elector limeño durante las elecciones generales de 2016 para entender los resultados y obtener conclusiones generales que servirán de punto de partida para futuros debates específicos sobre el tema. El primer ámbito se basará en el apoyo del electorado limeño a temas relacionados con el bienestar común. En específico, se verá el apoyo a candidatos que hayan declarado a favor de la unión civil. En segundo lugar, se observará el posible voto antifujimorista y el resultado de la elección. Principalmente, se dará énfasis a la diferencia entre los resultados en primera y segunda vuelta. Fuerza Popular perdió la mayoría en distritos de la provincia de Lima entre ambos procesos electorales. En tercera instancia, se presentará la información de los congresistas que variaron de partido, pero fueron reelegidos. Este detalle evidencia que el votante limeño no vota por el partido del congresista, sino por el candidato en sí.

⁴ Como señala Francesca Passarelli (2011), se denominan «tránsfugas» a quienes han obtenido un puesto de elección popular con el apoyo a sus candidaturas por un determinado partido político y, una vez ganada la elección, durante el desempeño de sus funciones, renuncian a la filiación del partido político que los respaldó e incluso se afilian a otro.

⁵ Fernando Tuesta (2005) señala que la valla electoral, o el umbral de representación, es el mínimo nivel de votación que requiere un partido para obtener una representación parlamentaria, el cual puede ser fijado de manera legal (formal) cuando se establece de manera explícita en la ley electoral.

⁶ Ver artículo de Henry Ayala sobre voto preferencial, publicado en este libro.

6. DEMANDAS DE BIENESTAR: UNIÓN CIVIL

A lo largo de la campaña electoral se plantearon diversos temas de interés público para ser abordados durante el período 2016-2021. Sin embargo, durante el proceso electoral de 2016, se dio énfasis a problemas públicos de debate. Los candidatos presidenciales y congresales se encontraron en la necesidad de plantear posturas sobre temas controversiales.

La pluralidad de los debates públicos, en especial en Lima Metropolitana, demuestra una evolución en las demandas de derechos sociales por parte de la ciudadanía. El desarrollo de los individuos va de la mano con la aparición y adaptación de nuevos problemas públicos.

La unión civil entre personas del mismo sexo es un tema que se encuentra en el debate público en la mayoría de países de América Latina desde el siglo XXI. En el Perú, la mayoría de ciudadanos se ha manifestado en contra de que se promulgue una ley que permita la unión civil entre personas del mismo sexo. No obstante, a lo largo de los años, la oposición ha disminuido. Incluso, se ha colocado como tema de agenda en el Congreso de la República, sin éxito.

Entre los años 2014 y 2016, la oposición a la unión civil disminuyó de 73% a 65% (Datum Internacional, 2014 y 2016). Si bien el apoyo no es mayoritario, existe una variación en la percepción de las personas, favorable a la aprobación de la Ley de Unión Civil. El hecho de que las encuestadoras coloquen en sus cartillas preguntas relacionadas con este tema evidencia la importancia que ha adquirido durante los últimos años y prueba la necesidad de los representantes políticos de tomar una posición.

En este sentido, se expondrán las posiciones de los candidatos presidenciales que obtuvieron los tres primeros puestos en primera vuelta. Asimismo, se hará mención a un precandidato, Julio Guzmán, cuya inscripción junto con Todos Por el Perú no fue aprobada por el Jurado Nacional de Elecciones (JNE). La mención de Guzmán es importante debido a que, en enero y marzo, ocupó el segundo lugar en las encuestas (GFK, 2016) de preferencias electorales antes de su retiro de la campaña. Además, se mencionarán casos de dos congresistas que apoyaron explícitamente la unión civil durante su campaña y fueron elegidos.

Fuerza Popular obtuvo el 39,25% de los votos válidos en la primera vuelta. La candidata a la Presidencia por este partido político, Fujimori, manifestó sobre la Unión Civil lo siguiente: «Soy respetuosa de los derechos de las personas. Estoy a favor de la unión patrimonial, pero no al matrimonio de parejas del mismo sexo» (El Comercio, 2016).

La cita da a entender una oposición blanda a la unión civil. Expresa que considera adecuado que dos personas del mismo sexo puedan compartir patrimonio,

pero hace una diferencia con la visión de pareja. Si bien no menciona explícitamente un rechazo a la unión civil, sus declaraciones distan de la posición del candidato de Peruanos Por el Cambio, Kuczynski. El primer vicepresidente de su lista declaró lo siguiente: «La posición del partido ya está clara, respetando la posición particular que puede haber de algunos candidatos al Congreso. Pero la posición de Kuczynski es respetar la libertad individual de todas las personas» (AméricaTV, 2016).

En el caso de Peruanos Por el Cambio, cuyo candidato ganó la elección presidencial, el apoyo a la unión civil se hace más evidente. La cita expuesta fue una declaración en respuesta las críticas a la unión civil planteadas por una candidata del mismo partido.

Por otro lado, la candidata por el Frente Amplio, Verónica Mendoza, quien quedó en tercer lugar en la provincia de Lima, con 11,6%, se mostró a favor de la unión civil a lo largo de la campaña. Ella declaró en nombre de su partido de la siguiente manera: «Creemos que todos somos iguales, sin ningún tipo de discriminación. Todos debemos tener los mismos derechos, así que estamos a favor del matrimonio igualitario» (El Comercio, 2016). Mendoza, a diferencia de los candidatos anteriores, marca su postura de una manera definida, sin lugar a interpretaciones. Además, dentro de su plan de gobierno, se incluyó una ley de matrimonio igualitario.

Dentro de la misma línea de Mendoza, Guzmán, declaró abiertamente su apoyo por una Ley de Unión Civil. Estas declaraciones no afectaron su intención de voto.

Respecto de candidatos al Congreso que apoyan la unión civil, se pueden mencionar dos casos destacables. En primer lugar, es importante mencionar a Carlos Bruce, segundo candidato más votado de Peruanos Por el Cambio, con 112 377 votos; quien propuso el proyecto de Ley de Unión Civil ante el Congreso durante el período 2011-2016. Por otro lado, destaca Marisa Glave, quien fue la congresista más votada del partido Frente Amplio, con 97 529 votos.

De lo expuesto, es posible afirmar que el apoyo a la unión civil no es un factor negativo de intención de voto. El actual presidente de la república, Pedro Pablo Kuczynski, apoyó la iniciativa legal de la unión civil; Verónica Mendoza se mostró a favor del matrimonio igualitario; Julio Guzmán manifestó su intención de producir legislación a favor la unión civil. Por su parte, Carlos Bruce impulsó el proyecto de Ley de Unión Civil ante el Congreso de la República y Marisa Glave defendió la unión civil entre personas del mismo sexo. Cada uno de estos candidatos se inclinó a favor de la unión civil, de una manera u otra; y cada uno de ellos obtuvo respaldo popular en Lima.

La discusión sobre la unión civil es un tema público que se encuentra vigente y es el resultado de la demanda de parte de los ciudadanos. Los resultados electorales demuestran este hecho, y dan a conocer un nuevo aspecto del perfil del elector limeño.

7. DE UNA VUELTA A OTRA: LIMA LE DA LA MAYORÍA A KUCZYNSKI

Durante la primera vuelta electoral, los candidatos al Congreso de Fuerza Popular se impusieron en la mayoría de los distritos de Lima Metropolitana. Si bien los congresistas elegidos de Fuerza Popular en Lima Metropolitana fueron quince y los elegidos por Peruanos Por el Kambio, diez (una diferencia del 33,3%), solo hace falta observar el mapa de Lima para entender el peso que tuvieron las candidaturas congresales de Fuerza Popular en los electores limeños (ver gráfico 6).

Sumado a esto, en la primera vuelta electoral, la supremacía de Fujimori sobre Kuczynski fue contundente. El gráfico 3 muestra que Fuerza Popular obtuvo mayoría en veintiocho de los 43 distritos de la Provincia de Lima.

Los resultados de la primera vuelta favorecieron a Fuerza Popular. En el nivel nacional y local, los candidatos al Congreso de este partido obtuvieron un apoyo electoral masivo. La conformación del Parlamento incluyó a 73 congresistas de Fuerza Popular tomando en consideración que el Congreso peruano cuenta con 130 congresistas, la cantidad de congresistas de Fuerza Popular no solo significó la primera mayoría, sino que es más del 50% del total de integrantes.

Por otro lado, Keiko Fujimori logró distanciarse considerablemente de sus rivales políticos. En la provincia de Lima, Fuerza Popular obtuvo el 39,3% de los votos válidos, mientras que Peruanos Por el Kambio, 31,1%. En el nivel nacional, Peruanos Por el Kambio obtuvo el 29,9%, mientras que el fujimorismo alcanzó el 39,8%.

El escenario se tornó favorable para la candidata de Fuerza Popular. Sin embargo, el resultado de la segunda vuelta no le dio la victoria. A pesar de contar con una mayoría abrumadora en el Congreso y de haber obtenido mayoría en más de la mitad de distritos de la provincia de Lima, el electorado limeño eligió a Kuczynski. Peruanos Por el Kambio alcanzó el 51,3% del apoyo de los limeños, mientras que Fuerza Popular solo alcanzó el 48,7%.

En este artículo, se ha mencionado que el votante limeño inclina su voto congresal por las ideas de los congresistas más que por el partido al que pertenece. A su vez, se ha expuesto que existe un factor de bienestar social que afecta el voto (Edlin, Gelman & Kaplan, 2007) cuando las necesidades básicas han sido satisfechas.

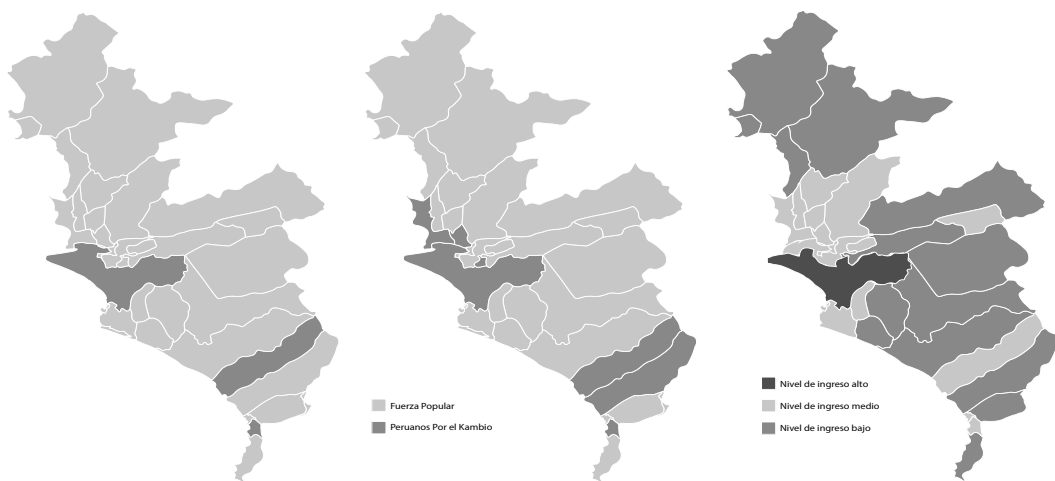
Siguiendo la misma línea, es posible considerar la posibilidad de que los distritos donde predominaron congresistas del fujimorismo, no necesariamente apoyarán a su candidata a la Presidencia en una segunda vuelta. Y que en los distritos donde las necesidades básicas se encuentren satisfechas, o se encuentren cerca de estarlo, factores sociales podrán influir en la decisión de los electores.

Teniendo esto en consideración, es necesario describir algunos acontecimientos que se llevaron a cabo entre la primera y la segunda vuelta presidencial. Como problema público, se mostró con mayor fuerza en los medios de comunicación la preocupación de un sector del electorado por el legado de Alberto Fujimori y el temor que conllevaba un posible gobierno de su hija, Keiko Fujimori. Además, la mayoría en el Congreso obtenida por Fuerza Popular fue un tema de debate presente en los programas televisivos, radiales y redes sociales. Por otro lado, una gran cantidad de líderes políticos y excandidatos a la Presidencia mostraron su apoyo a Kuczynski para evitar un posible gobierno de Fujimori.

Conociendo estos sucesos, la opinión pública puede haber incidido en la decisión del electorado, favoreciendo al candidato de Peruanos Por el Kambio. Si se observa la comparación entre los mapas con los resultados de la primera y segunda vuelta, se pueden ver algunos distritos donde Peruanos Por el Kambio logró superar la mayoría ganada por Fuerza Popular en primera vuelta.

Si se compara el mapa de los resultados de segunda vuelta con el mapa de ingresos per cápita, destaca una relación entre los distritos con ingresos medios y altos y la votación por Kuczynski.

Gráfico 7. Comparativo de la provincia de Lima: resultados de primera vuelta, segunda vuelta e ingreso per cápita



Fuente: JNE.

Estos datos llevan a pensar que los electores con necesidades básicas cubiertas pueden dirigir su voto de acuerdo a problemas públicos, expuestos por la opinión pública, que podrían afectar a la comunidad en su conjunto, a pesar de haber apoyado a previamente al partido a través de sus candidatos al Congreso.

8. CANDIDATOS SIN PARTIDOS:

LA HERRAMIENTA DEL TRANSFUGUISMO

Lima Metropolitana cuenta con 36 escaños de representación en el Congreso de la República. Como resultado de las elecciones generales 2016, se reeligió a doce candidatos para dicha circunscripción⁷. De esos doce congresistas reelectos, cuatro pueden ser catalogados como tránsfugas.

Un tercio de congresistas reelectos es una relación alta. Si es así, el transfuguismo no parece una herramienta necesaria. Sin embargo, es importante resaltar que todos los congresistas reelectos no tránsfugas pertenecen a partidos tradicionales⁸.

Quienes postularon con partidos no tradicionales en procesos anteriores se encontraron en la necesidad buscar un partido que tenga opciones de atraer votos. Un partido creado para una sola elección, no ofrece garantías de poder contar con el mismo éxito en la elección siguiente. De esta manera, los miembros de dicho partido buscarán una nueva organización política que les ofrezca la posibilidad de ser reelectos.

En el caso de Lima, en el proceso electoral de 2016, el transfuguismo ha servido de herramienta a candidatos de partidos no tradicionales de poder ser reelectos sin la necesidad de vincularse a un partido que posiblemente no pase la valla electoral.

De los doce congresistas reelectos, los únicos dos congresistas que no pertenecieron a partidos tradicionales en la elección pasada fueron tránsfugas⁹. Sin embargo, el transfuguismo en elecciones no parece afectar las preferencias electorales. Carlos Bruce y Manuel Dammert recibieron un amplio respaldo popular. En ambos casos, fueron los segundos más votados de sus partidos políticos.

Por otro lado, el transfuguismo puede darse en candidatos que pertenecieron a partidos tradicionales anteriormente. En esta elección, en Lima Metropolitana,

⁷ Se considera a Manuel Dammert como electo, dado que reemplazó a Javier Diez Canseco luego de su fallecimiento. Por otro lado, no se considera a Cecilia Chacón como reelecta debido a que en 2011 fue elegida como representante de la región Cajamarca.

⁸ Son ocho congresistas reelectos pertenecientes a partidos políticos tradicionales. Se consideran partidos tradicionales a Acción Popular, al APRA, al Partido Popular Cristiano y a Fuerza Popular. El último escapa del concepto regular de partido tradicional. Sin embargo, fue creado con el nombre Cambio 90 antes del colapso de los partidos políticos y lleva en la contienda política veintiséis años.

⁹ Manuel Dammert, del Frente Amplio y Carlos Bruce, de Peruanos Por el Kambio.

fueron elegidos Luis Galarreta y Lourdes Alcorta. Ambos militaron en el Partido Popular Cristiano en el pasado. Sin embargo, decidieron desvincularse de dicho partido y optar por formar parte de las filas del partido que lideraba las preferencias electorales en primera vuelta, Fuerza Popular. El resultado de esta decisión es conocido. Los electores no castigaron su conducta; por el contrario, la premiaron con su elección.

Estos hechos llevan a pensar que el transfuguismo no es determinante para definir si un candidato es electo o no. Como se ha mencionado a lo largo de este artículo, el elector inclina su voto hacia el candidato más que al partido que representa.

9. CONCLUSIONES

Este artículo ha realizado un análisis detallado de las elecciones en la provincia de Lima tanto en el nivel presidencial como parlamentario. De este análisis es posible extraer ciertas premisas por considerar en los siguientes procesos electorales. La primera es la importancia que posee la provincia de Lima para el resultado electoral debido a la alta concentración de electores que residen en esta circunscripción. Asimismo, es posible sostener que la participación electoral de los ciudadanos en dicha provincia se ha reducido significativamente. En la comparación entre la primera y segunda vuelta de los años 2016-2011, los 43 distritos que componen la provincia de Lima sufrieron decrecimientos importantes.

En el caso de las elecciones presidenciales, ambas siguen un patrón bastante parecido en cuanto a la concentración de los votos. En el caso de Peruanos Por el Kambio, los distritos que brindaron mayor apoyo electoral fueron los que se ubican en el centro-oeste de la provincia. Estas circunscripciones poseen niveles de alta y media categoría en el Índice de Desarrollo Humano. Mientras que Keiko Fujimori obtuvo su apoyo en distritos populares como San Juan de Lurigancho y Villa El Salvador. Este patrón se mantuvo en la segunda vuelta electoral en la que Pedro Pablo Kuczynski, a pesar de ganar la mayoría, continuó concentrando su electorado en distritos con un alto nivel de ingresos y calidad de vida.

En cuanto a las elecciones parlamentarias, se puede sostener que el electorado limeño centró su voto en los candidatos y no en los partidos. Sus votos se inclinaron hacia la elección de candidatos que respondieran a ciertas demandas en específico. Ejemplo de ello es el fuerte apoyo a candidatos a favor de la unión civil o que provenían de otras agrupaciones políticas. En el electorado parece pesar más la propuesta individual de cada candidato que la afiliación partidaria. No obstante, pertenecer a un partido tradicional puede facilitar la reelección. Aun así, es necesario comprobar tales resultados mediante el uso de encuestas panel a través

de metodología más rigurosa. Se espera que este artículo ofrezca nuevos ámbitos de exploración a científicos sociales que se reflejen en futuros proyectos sobre el electorado limeño.

BIBLIOGRAFÍA

- AméricaTV (2016). *Peruanos Por el Kambio: Respetamos todas las orientaciones sexuales*. <http://www.americatv.com.pe/noticias/movil/actualidad/peruanos-kambio-nuestra-posicion-respetar-orientaciones-sexuales-n221009>. Fecha de consulta: 13 de setiembre de 2016.
- Datum Internacional (2014). *Encuesta Pulso Perú a nivel nacional*. Lima: Datum Internacional.
- Datum Internacional (2016). *Encuesta Pulso Perú a nivel nacional*. Lima: Datum Internacional.
- Edlin, Aaron, Gelman Andrew & Kaplan Noah (2007). Voting as a Rational Choice: Why and How People Vote to Improve the Well-Being of Others. *Rationality and Society*, 19(3), 293-314.
- El Comercio (2016). *Unión civil: ¿cuál es la posición de los candidatos?* <http://elcomercio.pe/politica/elecciones/union-civil-cual-posicion-candidatos-noticia-1874140>. Fecha de consulta: 15 de setiembre de 2016.
- GfK (2016). *Estudio de opinión pública nacional*. <http://www.slideshare.net/GfKPeru/gfk-opinin-pblica-febrero-2016-gobierno-y-lima>. Fecha de consulta: 16 de setiembre de 2016.
- INFOgob (2016). *Reporte N°3. Serie EG 2016. Perfil de los candidatos al Congreso de la República*. http://www.infogob.com.pe/Reportes/eg2016/Reporte_eg2016-3.pdf. Fecha de consulta: 9 de setiembre de 2016.
- Ipsos Perú (2016). *Perfiles socioeconómicos en Lima 2015*. <http://www.ipsos.pe/content/perfiles-socioecon%C3%B3micos-en-lima-2015>. Fecha de consulta: 8 de setiembre de 2016.
- Nichols, Terry & Martin Lipset (2001). *The Breakdown of Class Politics: A Debate on Post-Industrial Stratification*. Washington DC: Woodrow Wilson Center Press-Johns Hopkins University Press.
- Panfichi, Aldo (2006). El comandante Ollanta Humala: ¿outsider o insider? *Coyuntura: Análisis Económico y Social de Actualidad*, 2(6), 15-17.
- Passarelli, Francesca (2011). *Un análisis económico del transfuguismo político*. http://www.upo.es/econ/master/Trabajos/Tesina_1-2011.pdf. Fecha de consulta: 15 de setiembre de 2016.

- PNUD-Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2012). *Índice de Desarrollo Humano del Perú a nivel distrital*. <http://www.undp.org/content/dam/peru/docs/Publicaciones%20pobreza/INDH2013/pe.Indice%20de%20Desarrollo%20Humano%20Per%C3%BA.xlsx>. Fecha de consulta: 16 de setiembre de 2016.
- Sulmont, Denis (1975). *El movimiento obrero en el Perú: 1900-1956*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Tanaka, Martín (1998). *Los espejismos de la democracia: el colapso de un sistema de partidos en el Perú, 1980-1995, en perspectiva comparada*. Lima: IEP.
- Tuesta Soldevilla, Fernando (2005). *Representación política: las reglas también cuentan. Sistemas electorales y partidos políticos*. Lima: Fundación Friedrich Ebert.

**PARTIDOS NACIONALES, POLÍTICOS LOCALES:
UNA MIRADA A LAS CANDIDATURAS PARLAMENTARIAS
DESDE EL SUR DEL PERÚ¹**

Mauricio Zavaleta

Paulo Vilca

INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos más resaltantes del sistema de competencia en el Perú es su desarticulación territorial. En las elecciones subnacionales de 2014, los cuatro partidos que luego obtendrían la mayor votación en las elecciones parlamentarias de 2016 consiguieron resultados modestos². Fuerza Popular postuló candidatos en dieciséis de las veinticinco gubernaturas regionales y 104 de las 195 provincias; el Frente Amplio presentó diez candidatos a gobernador y 48 listas a gobiernos provinciales; Alianza Para El Progreso participó en veintiún gobiernos regionales y 147 provincias; mientras el APRA postuló en nueve regiones y 53 provincias. En conjunto, apenas ganaron en cinco gobiernos regionales y veintiocho gobiernos provinciales³.

Si bien existen trabajos que han analizado las dinámicas de desarticulación en el ámbito subnacional (Gramont, 2010; Vergara, 2011; Zavaleta, 2014a; Incio & Gil, 2016) la literatura no ha prestado suficiente atención a la configuración de este fenómeno en el ámbito nacional: ¿cómo partidos políticos de limitada capacidad para colocar candidatos en las elecciones regionales reclutan candidatos al Parlamento? ¿Cómo operan campañas electorales en veintiséis distritos electorales

¹ Este artículo fue hecho con la colaboración de IDEA Internacional.

² Peruanos Por el Cambio, tercero en la contienda parlamentaria, no participó en las elecciones subnacionales inmediatas ya que no contaba con registro ante el Jurado Nacional de Elecciones (JNE).

³ Fuerza Popular ganó tres gobiernos regionales y cinco provinciales, mientras Alianza Para el Progreso dos gubernaturas y diecinueve concejos provinciales. El APRA ganó tres provincias y el Frente Amplio sola una provincia.

distintos? En otras palabras, ¿cómo los partidos revierten su escasa presencia territorial en el plazo de una elección general?

Desde el análisis de la conformación de las listas parlamentarias y la campaña de los candidatos al Congreso en el sur del país, este artículo tiene por objetivo presentar una primera imagen sobre cómo se articulan los partidos durante el período electoral y los vínculos que establecen con actores locales. Argumentamos que, sin proponérselo, un conjunto de reglas institucionales facilitan el desarrollo de patrones informales de selección de candidatos, lo que impacta notablemente en la forma en la cual los partidos se despliegan en el territorio durante las elecciones generales y las estrategias electorales desarrolladas por los candidatos al Parlamento.

Proponemos que la elección parlamentaria a través de circunscripciones departamentales y la descentralización política han incentivado la predominancia de lo regional frente a lo nacional. Este fenómeno es patente en las elecciones subnacionales, en las cuales los candidatos más competitivos rechazan los membretes partidarios a favor de movimientos de alcance departamental. Sin embargo, de acuerdo a la legislación electoral, esto no es posible en las elecciones parlamentarias, en las que solo pueden participar agrupaciones nacionales. Este «monopolio» de las candidaturas genera las condiciones para establecer mecanismos de negociación entre las dirigencias de los partidos —principalmente limeñas— y los políticos locales, lo cual permite la composición de las listas parlamentarias, pero no el enraizamiento territorial de los partidos.

Segundo, desde la década de 1980, la forma de elección de parlamentarios es a través de listas cerradas pero desbloqueadas (Tuesta, 2012), lo que permite a los electores elegir a dos candidatos de una misma lista de manera preferencial. Para los políticos, este es un incentivo para realizar una campaña personalista sobre la base del número asignado. Sin embargo, también incentiva que los candidatos realicen una campaña en nombre del partido, lo cual es beneficioso para organizaciones con limitada presencia territorial. Así, los políticos locales pueden realizar una campaña con alto nivel de autonomía, mientras los partidos despliegan una campaña nacional sostenida en varias maquinarias personales.

En consecuencia, el propio sistema —tanto a través de mecanismos informales como formales— tiende a seleccionar candidatos electoralmente viables, pero con limitado compromiso y lealtad con el partido por el cual han competido. Esta forma de selección, sumada a la vigencia del voto preferencial, resulta una manera útil para sustituir una real presencia organizativa en el territorio.

El artículo se divide de la siguiente manera. La primera sección presenta una breve revisión de la literatura y propone el argumento central del trabajo. La segunda parte describe las prácticas de selección de candidatos desde cuatro regiones del sur del país (Arequipa, Cusco, Madre de Dios y Puno), mientras la tercera sección

muestra cómo estos mecanismos impactan en el desarrollo de las campañas parlamentarias. Por último, se presentan las conclusiones y una breve discusión sobre las implicancias prácticas de este artículo.

1. DESCOMPOSICIÓN PARTIDARIA Y REFORMAS INSTITUCIONALES

Cuando en abril de 1992 Alberto Fujimori decidió dar la estocada final al *establishment* político peruano, no solo liquidó el sistema de partidos que dominó la arena electoral en la década de 1980, sino que cambió los parámetros a través de los cuales se «hacía política en el país». Las lealtades se quebrantaron y los políticos optaron por establecer estrategias personalistas que variaron entre constituir vehículos propios o negociar su inclusión en las agrupaciones disponibles en el mercado electoral. De esta manera, la caída de los partidos tradicionales dio paso a la formación de agrupaciones sin mayor grado de organización y la alta rotación de políticos independientes entre sus filas (Degregori & Meléndez, 2007; Zavaleta, 2014a).

En un trabajo pionero, Degregori y Meléndez (2007) analizan la formación de las bancadas del fujimorismo durante la década de 1990 y son los primeros en dar cuenta de las nuevas dinámicas en la conformación de las listas parlamentarias. En concreto, el fujimorismo —el cual dominó la arena política durante la década— no solo cambió de membrete elección tras elección sino también la composición de sus listas en las cuatro elecciones parlamentarias en las que participó con Alberto Fujimori a la cabeza del movimiento (1990, 1993, 1995, 2000). Esta forma de composición de listas fue adoptada por los partidos de «la oposición» como Unión Por el Perú o Somos Perú, mientras que en el ámbito local florecían las candidaturas independientes (Planas, 1996).

El retorno de la democracia no revirtió este legado. Lejos de presenciar la emergencia (o reconstrucción) de partidos nacionales, la alta rotación de políticos independientes entre un conjunto de etiquetas electorales de carácter coyuntural no se ha detenido. Incluso partidos que lograron ganar la Presidencia de la República como Perú Posible (2001) y el Partido Nacionalista (2011) no lograron sobrevivir más de dos ciclos electorales consecutivos. En 2016, el Ejecutivo fue ganado por Peruanos Por el Kambio (PPK), un partido constituido alrededor de la figura del su candidato presidencial, el exministro de Economía y Finanzas, Pedro Pablo Kuczynski. En el nivel subnacional, donde predominan los movimientos regionales, estas agrupaciones están asociadas a un liderazgo y difícilmente trascienden a su fundador (Gramont, 2010; Seifert, 2014; Zavaleta, 2014a).

Un conjunto de trabajos recientes han resaltado el papel de los recursos (ideológicos o materiales) en la ausencia de recomposición del sistema de partidos

en el Perú (Barrenechea, 2014, Zavaleta, 2014a, Levitsky & Zavaleta, 2016; Muñoz & Dargent, 2016). Desde la perspectiva de formación partidaria, Levitsky y Zavaleta (2016) proponen que la ausencia de partidos cohesionados responde a condiciones desfavorables para establecer «marcas partidarias» debido a la relativa falta de polarización política y una sociedad civil organizada que brinde soporte organizativo a los partidos. Los partidos peruanos han carecido de una clara distinción programática o han abandonado su perfil ideológico en el gobierno, como el APRA y el Partido Nacionalista. Asimismo, carecen de recursos —ya sean provenientes del Estado o de la sociedad civil— para atraer políticos a sus filas fuera de los períodos electorales.

En este contexto, los políticos han desarrollado estrategias, normas y tecnologías que les permiten competir exitosamente sin partidos, las cuales han sido difundidas e institucionalizadas informalmente. Para los autores, la competencia electoral tiene un efecto de selección que permite la sobrevivencia de candidatos con reputación personal o recursos propios antes que de candidatos que apuestan por construir una trayectoria partidaria. Así, los políticos prefieren conformar agrupaciones coyunturales organizadas en torno a liderazgos específicos y utilizar «sustitutos» para realizar campañas exitosas, maquinarias electorales articuladas en torno a empresas privadas, medios de comunicación o centros universitarios (2016, p. 428).

Desde el análisis de las elecciones generales 2016, nuestro artículo describe cómo la confluencia de un grupo de reglas específicas modela las prácticas informales identificadas por Levitsky y Zavaleta. Asimismo, muestra cómo la fragmentación entre la política nacional y regional tiene importantes consecuencias en la calidad de la representación parlamentaria.

1.1. Dos reformas y una continuidad

Luego de la caída del gobierno de Alberto Fujimori, las élites políticas plantearon una serie de reformas institucionales que buscaban revertir la centralización del Estado, revitalizar los partidos políticos e incentivar la participación de la sociedad civil (Vergara, 2009). El año 2000, la Constitución política fue reformada en diversos aspectos, entre ellos se eliminó la reelección presidencial inmediata y se estableció la elección parlamentaria —realizada desde 1993 a través de un único distrito nacional— en circunscripciones concurrentes a los veinticuatro departamentos y la provincia constitucional del Callao (2009, p. 31)⁴. Poco más de un año después, durante el gobierno de Alejandro Toledo, se inició un rápido proceso de descentralización que creó un nivel intermedio de gobierno, el cual —al igual que

⁴ Posteriormente, se incluiría una vigesimosexta circunscripción: Lima Provincias.

las circunscripciones parlamentarias— se estableció sobre la base de los históricos departamentos (Tanaka, 2002, p. 28). Este nuevo nivel, el gobierno regional, fue presidido por un presidente regional (actualmente gobernador) elegido mediante voto popular, y un consejo regional elegido de acuerdo al número de provincias de la región⁵. Así, se dejó para el futuro la conformación de regiones que agrupasen a dos o más departamentos, lo que pocos años después resultaría ser un fracaso⁶.

Como sostienen Muñoz, Monsalve, Guibert, Guadalupe y Torres, «el fracaso de la conformación de regiones supradepartamentales se debe comprender dentro del contexto mayor de una política sin partidos políticos con organizaciones arraigadas a nivel nacional» (2016, p. 22). Si bien estas reformas fueron impulsadas por las élites partidarias para recuperar los estereotipos perdidos tras el fujimorato (Tanaka, 2002; Vergara, 2009) pronto mostrarían resultados inesperados. La descentralización abrió las puertas a la emergencia de movimientos regionales que dominan la arena subnacional desde las elecciones de 2006. En efecto, el porcentaje de votos de los partidos nacionales en las elecciones regionales cayó de 78% en 2002 a 38% en 2014 (Levitsky & Zavaleta, 2016, p. 415), mientras que desde el número de circunscripciones ganadas en cada elección, los movimientos regionales pasaron de lograr la victoria en siete regiones, en 2002, a dieciocho, en 2006, y diecinueve, en 2010 y 2014. La imagen es similar en el nivel provincial: los políticos regionales obtuvieron el 15% de los municipios en 2002, 35% en 2006, 60% en 2010 y 73% en los comicios de 2014 (Zavaleta, 2014b).

Como muestran estas cifras, los partidos nacionales tienen serias dificultades para agregar el territorio, proceso comprendido como la acción colectiva a través de la cual políticos de diferentes niveles se agrupan en un solo aparato partidario (Hicken, 2009; Muñoz & Dargent, 2016). En ese sentido, es importante preguntarnos cómo partidos que son derrotados en casi todas las circunscripciones regionales durante las elecciones subnacionales logran colocar candidatos al Congreso en circunscripciones que son concurrentes a las primeras. Nuestra respuesta es que, sin proponérselo, la descentralización y la reforma de la elección parlamentaria han creado una oferta política regionalizada, la cual se acomoda a las exigencias y restricciones establecidas por la ley. Por ejemplo, mientras se esperaba que la medida que establece que solo los partidos nacionales pueden postular candidatos

⁵ Sobre las reglas electorales en el ámbito regional y sus cambios en el tiempo ver Remy (2010, 2016).

⁶ En 2005, se llevó a cabo un referendo en dieciséis regiones para conformar seis «macrorregiones»: Región Norte (Tumbes, Piura y Lambayeque), Región Nor-Centro Oriente (Lima Provincias, Huánuco, Pasco, Junín y Áncash), Tacna-Arequipa-Puno; Apurímac-Cusco, y Ayacucho-Huancavelica-Ica. Sin embargo, la opinión favorable a las macrorregiones solo ganó en Arequipa, con un mínimo margen de diferencia.

al Congreso fortaleciera el arraigo de las agrupaciones nacionales, en la práctica esto ha abierto un mercado en el cual los partidos son los ofertantes y los políticos locales, los demandantes de los cupos parlamentarios.

De esta manera, por lo general, las candidaturas congresales son obtenidas por políticos regionales a través negociaciones directas con los impulsores del partido antes que por militantes. *Broadcasters* locales, empresarios y líderes de movimientos regionales obtienen candidaturas gracias a su notoriedad pública y capacidad de aportar recursos a la agrupación. En tanto que, con el objetivo inmediato de maximizar sus oportunidades electorales, las élites partidarias (el candidato que encabeza la lista y sus allegados) prefieren captar políticos competitivos sin fuertes vínculos con la organización en lugar de militantes incondicionales sin ningún capital político⁷. Así, la suma de reputaciones personales —y de los soportes organizativos de cada candidato— permite a agrupaciones sin vida institucional competir y eventualmente ganar elecciones. Esto configura un mercado que, siguiendo la lógica similar al de bienes y servicios, establece precios diferenciados de acuerdo al partido, la circunscripción y número que se ocupa en la lista.

Como ya hemos mencionado, en este escenario las dinámicas de cambio partidario se han institucionalizado. Si observamos la composición de los partidos más votados durante la elección parlamentaria de 2016, solo el 24,3% de los candidatos analizados había postulado de manera previa con el mismo partido en alguna elección anterior⁸. De hecho, solo en la Alianza Popular (APRA + Partido Popular Cristiano) más del 50% de los candidatos habían postulado por las mismas agrupaciones con anterioridad, mientras que, en Alianza Para el Progreso, Fuerza Popular y el Frente Amplio los candidatos que previamente había sido postulantes por aquellos mismos membretes no superaban el 20%. Es decir, más del 80% de su oferta política estaba conformada por novatos o tráfugas.

Sin embargo, este fenómeno no solo conlleva una amplia rotación en la composición de la oferta partidaria, sino una imbricación entre la política «regional» y «parlamentaria». Por ejemplo, los candidatos al Parlamento en 2016 por la región Cusco, Benicio Ríos (1-Alianza Para el Progreso), Luis Wilson (1-Alianza Popular), Oswaldo Luizar (1-Fuerza Popular) y Armando Villanueva (1-Acción Popular) fueron previamente candidatos a la gobernación regional el año 2014. De hecho, como se muestra en la tabla 2, el 84,6% de los candidatos al Parlamento en las elecciones de 2016 que contaban con al menos una postulación anterior

⁷ En el argot político esta práctica informal ha sido bautizada como «jales electorales».

⁸ Para los objetivos de nuestro análisis examinamos la trayectoria de 1073 postulantes correspondientes a ocho partidos políticos y, en un segundo momento, los 130 parlamentarios que resultaron electos. Los datos fueron obtenidos a través del portal INFOgob y Voto Informado del JNE.

lo habían hecho a un cargo subnacional. Acción Popular (92,75%) y Alianza Para el Progreso (90,72%) son los partidos que aglomeran a más candidatos que fueron previamente postulantes locales. Solo 15,42% ha postulado de manera exclusiva a cargos congresales (o nacionales en general), lo cual muestra la ausencia de patrones claros de postulación.

Tabla 1. Postulación inmediata de acuerdo al partido

| Partido | Novato | El mismo | Distinto | Total |
|--------------------------|--------|----------|----------|-------|
| Acción Popular | 28,9% | 48,5% | 22,7% | 100% |
| Alianza Para el Progreso | 30,5% | 15,8% | 53,7% | 100% |
| Alianza Popular | 26,7% | 51,5% | 21,8% | 100% |
| Democracia Directa | 46,6% | 4,5% | 48,9% | 100% |
| Frente Amplio | 56,6% | 10,5% | 32,9% | 100% |
| Fuerza Popular | 45,7% | 19,6% | 34,8% | 100% |
| Perú Posible | 46,7% | 30,4% | 22,8% | 100% |

Tabla 2. Postulación subnacional de candidatos con experiencia previa

| Partido | Postuló a cargo subnacional | | Total |
|--------------------------|-----------------------------|--------|-------|
| | No | Sí | |
| Acción Popular | 7,25% | 92,75% | 100% |
| Alianza Para el Progreso | 9,28% | 90,72% | 100% |
| Alianza Popular | 20,75% | 79,25% | 100% |
| Democracia Directa | 24,19% | 75,81% | 100% |
| Frente Amplio | 13,79% | 86,21% | 100% |
| Fuerza Popular | 18,18% | 81,82% | 100% |
| Perú Posible | 12,68% | 87,32% | 100% |
| Peruanos Por el Kambio | 19,1% | 80,9% | 100% |
| Total general | 15,42% | 84,58% | 100% |

La «departamentalización» de la oferta electoral es clara si observamos la trayectoria de candidatos con larga experiencia política en el sur⁹. En Arequipa, Tulio Falconí fue candidato a la gobernación en 2002, por el extinto partido Fuerza Democrática; luego fue postulante al Congreso en 2006, por el mismo membrete; y nuevamente aspirante a la región ese mismo año. En 2010, fue candidato por tercera vez a la gobernación regional (Movimiento Fuerza Arequipeña) y en 2011 fue electo congresista por Perú Posible. Luego de un infructuoso intento de postular a la gobernación por cuarta vez, fue candidato al Congreso por Alianza Para el Progreso. Historias similares, caracterizadas por el salto entre lo local y lo nacional, se repiten en otras regiones. Por ejemplo, Alberto Quintanilla, del Frente Amplio, fue candidato a la gobernación de Puno en cuatro ocasiones (Poder Democrático Regional, 2002, 2006, 2010 y 2014) y Luis Bocangel, de Peruanos Por el Kambio en Madre de Dios, fue tres veces candidato al gobierno provincial de Tambopata (con Restauración Nacional en 2006, con el Partido Popular Cristiano en 2010 y 2014). En Cusco, Oswaldo Luizar, de Fuerza Popular, fue candidato a regidor provincial y al Parlamento en 2006 por Unión Por el Perú, para posteriormente ser postulante a la gobernación por el movimiento regional Fuerza Inka Amazónica, en 2014.

Como apuntan Muñoz y Dargent la descentralización dispersó el poder y los recursos sin empoderar actores políticos nacionales (2016, p. 199). Contrariamente, en paralelo con el notable crecimiento económico de la periferia durante las décadas de 2000, fueron los agentes locales quienes tuvieron acceso a nuevas fuentes de recursos públicos y privados¹⁰. De esta manera, la concurrencia de las circunscripciones parlamentarias y los límites regionales han dado como resultado una política en extremo localizada. En ausencia de organizaciones con presencia territorial, tanto políticos nacionales como locales se benefician mutuamente. Mientras los primeros son favorecidos con un conjunto de maquinarias electorales desplegadas a lo largo de todo el país, los segundos obtienen una candidatura parlamentaria y el arrastre de un liderazgo nacional.

Estas dinámicas están sostenidas por el modo de elección de los candidatos al Parlamento: listas cerradas pero desbloqueadas, las cuales permiten a los electores apoyar de manera directa un máximo de dos candidatos preferidos (Tuesta, 2012, p. 109). De esta forma, el voto preferencial genera incentivos para que

⁹ Fueron seleccionados candidatos con alta votación en las elecciones de 2016 y al menos tres postulaciones previas a cualquier cargo electo.

¹⁰ Un amplio número de regiones creció a tasas porcentuales que sobrepasaban o igualaban el de la capital metropolitana, un hecho inédito en la historia reciente, mientras que el presupuesto agregado de los gobiernos subnacionales pasó de S/ 81 000 000 en 2001 a S/ 4 500 000 000 en 2012 (De la Flor, 2014).

los postulantes al Parlamento desarrollen campañas personalistas en las veintiséis circunscripciones electorales con el nombre y logo de la agrupación. Trabajos académicos previos han resaltado el impulso «fratricida» de esta forma de elección en los partidos políticos (2012, p. 114), lo que dispersa las estrategias partidarias (colectivas) en estrategias personalistas (individuales)¹¹. Sin embargo, este análisis pierde de vista que, luego de la descomposición de organizaciones políticas, este tipo de sistema de elección de candidatos es funcional tanto a las élites como a los postulantes locales, y no «quiebra» la estructura de organizaciones formadas sobre la base del reclutamiento de independientes.

En tal sentido, este tipo de sistema de elección de candidatos es funcional tanto a las élites como a los postulantes locales al permitir el funcionamiento de agrupaciones formadas sobre la base del reclutamiento de independientes. Los políticos locales ganan la inscripción (asociada al «arrastre» del candidato presidencial) y la posibilidad de realizar una campaña propia con alto nivel de autonomía, mientras los partidos pueden desplegar una campaña nacional sin una real presencia organizativa en el territorio y sin destinar recursos financieros para la campaña regional. De esta forma, el voto preferencial genera las condiciones para que los postulantes al Parlamento desarrollen campañas en las veintiséis circunscripciones con el nombre y logo de la agrupación.

Por supuesto, estas prácticas informales —construidas alrededor de las reglas formales— tienen un amplio costo para la calidad de la representación. En las regiones estudiadas, salvo la notable excepción del APRA, los partidos carecen de locales partidarios y militantes. En contraste, durante el período electoral, fueron instalados locales de cada candidato al Parlamento, donde se reunían los activistas reclutados por cada postulante y se planificaban las actividades de campaña del postulante¹². Así, antes que una plataforma programática cohesionada, los políticos acababan ofreciendo propuestas propias, a veces contradictorias entre compañeros de lista. Este tipo de organización impide la correcta fiscalización de los gastos de campaña, en la medida en que cada candidato debe buscar sus propias fuentes de financiamiento y ello genera un ambiente más permisivo para el ingreso de recursos provenientes de actividades ilícitas.

En suma, partidos sin capacidad de brindar recursos (tanto materiales como simbólicos) se benefician notablemente de la presencia territorial de políticos

¹¹ Una revisión de la literatura sobre el voto preferencial y sus efectos puede ser encontrada en el artículo de Ayala y Mas de este libro.

¹² En algunas regiones, los partidos contaban con locales de campaña centrales, pero destinados a promover la candidatura presidencial. Es elocuente que, en Madre de Dios, una de las coordinadoras del Frente Amplio entrevistada sostuvo «no estar en coordinación» con los candidatos al Parlamento en la región (entrevista personal con los autores, Puerto Maldonado, 17 de marzo de 2016).

locales con la capacidad de desplegar campañas en las distintas circunscripciones del país. Como veremos en la tercera sección, los partidos no brindan recursos a sus postulantes, ni acceso a redes de donantes, cuyos aportes se canalizan exclusivamente al candidato presidencial. En tal sentido, la conjunción de un determinado tipo de reglas electorales parece reproducir el efecto de selección que premia a aquellos políticos que manejan de mejor manera las estrategias apartidarias.

2. SELECCIÓN DE CANDIDATOS

En un influyente trabajo, Hazan y Rahat sostienen que «la selección de candidatos es una de las funciones primordiales de los partidos políticos en una democracia y la función que distingue a los partidos de otras organizaciones sociales» (2010, p. 6). Asimismo, como sustenta Anria la selección de candidatos revela aspectos críticos de cómo se organizan los partidos y la distribución interna de poder dentro de ellos (2016, p. 460).

En el Perú, la Ley de Partidos Políticos (ahora Ley de Organizaciones Políticas), promulgada como parte de las reformas instauradas luego del gobierno de Alberto Fujimori, estableció que las agrupaciones políticas debían regirse por normas de democracia interna. En términos formales, con la excepción de los candidatos directamente designados, los postulantes a cada cargo de elección popular deben ser elegidos como tales luego de un proceso de democracia interna. Sin embargo, tal como sostienen Puémape y Jiménez en este libro, en los partidos políticos peruanos «existen todas las condiciones para la aplicación de mecanismos de selección de candidatos de carácter discrecional», con lo que se subvierte lo establecido en la ley.

A pesar de su centralidad, los mecanismos de selección de candidatos han sido pobremente estudiados. En el ámbito subnacional, Barrenechea (2014) ha mostrado las prácticas de reclutamiento de Alianza Para el Progreso en la costa norte y el conjunto de incentivos logísticos con los que cuenta este partido para evitar la desertión partidaria. Zavaleta (2014a) ha mostrado las prácticas de reclutamiento (y composición) de movimientos regionales desde la dinámica de «coaliciones de independientes»: agentes libres unidos solo para superar el período electoral. Finalmente, desde el análisis de Puno, Vilca (2014) matiza esta visión y sostiene que un grupo de movimientos aglutina candidatos sobre la base de antiguas redes políticas.

En buena cuenta, los partidos nacionales no escapan de la lógica de colaciones temporales. No cuentan con bases locales ni cuadros intermedios que actúen como *gatekeepers* partidarios. Asimismo, los gremios tanto urbanos como rurales se descompusieron a inicios de la década de 1990 en paralelo a los partidos tradicionales (Cameron, 1994; Yashar, 2005), por lo que tampoco existe una sociedad civil organizada capaz de colocar candidatos en las listas electorales.

Desde el caso del Movimiento al Socialismo en Bolivia, Santiago Anria (2016) muestra cómo en aquellos departamentos donde la organización local del partido se sostiene en agremiaciones campesinas o de otra índole, los candidatos tienen mayor posibilidad de emerger desde la sociedad civil, especialmente aquellos que compiten por circunscripciones uninominales.

Por el contrario, donde este tipo de organizaciones son más débiles (como en Santa Cruz), la selección de candidatos es asumida por la élite del partido. Como concluye Anria, «una sociedad civil débil crea oportunidades organizaciones para concentra el poder en las manos de pocos» (2016, p. 464). Esta premisa se cumple en el caso peruano, donde salvo la excepción del Frente Amplio, son pequeños núcleos ejecutivos quienes asignan a los candidatos un cupo y un número en las listas electorales. En la siguiente sección analizaremos este proceso desde las regiones de Arequipa, Cusco, Madre de Dios y Puno.

2.1. Llamadas telefónicas

En octubre de 2015, Peruanos Por el Kambio —recientemente inscrito ante el Jurado Nacional de Elecciones (JNE)— convocó a todas las personas interesadas en postular al Congreso a inscribirse como precandidatas y participar del proceso de selección de candidaturas. Las propuestas de postulantes presentadas por los comités regionales —los cuales habían funcionado exclusivamente para permitir la inscripción del partido— fueron puestas a discusión en una reunión en Lima, en la que se incluyeron a otras personas que no estaban inicialmente consideradas o habían sido convocadas directamente por dirigentes, como Gilbert Violeta, José Labán o Rudecindo Vega. De acuerdo con el ex presidente regional de Puno, Mauricio Rodríguez (PPK-3 en Puno) el proceso de negociación fue de manera exclusiva con Violeta.

En otras ocasiones, el trato incluso era directo con el candidato presidencial. De acuerdo con Gloria Castillo (PPK-3 en Cusco), una abogada con experiencia en organizaciones de defensa de los derechos humanos, quien fue la encargada de crear los comités provinciales del partido como secretaria regional de organización, fue llamada por el propio Kuczynski, quien le comunicó por teléfono el número que le habían asignado en la lista. Consultada respecto a si sus compañeros de lista formaron parte durante el proceso de inscripción del partido, responde de manera categórica: «No, ellos llegaron en octubre. Cómo se determinaron los números, no lo sé. Yo solo recibí una llamada».

Las llamadas telefónicas no son exclusivas de Kuczynski. De acuerdo con la candidata Dessy Zanabria (FP-5 en Arequipa), el 10 de febrero, fecha del cierre de la inscripción de listas, recibió una llamada para comunicarle que sería incluida en la lista. De manera similar, Alejandra Aramayo (FP-1 en Arequipa) señala que

recibió una llamada de Keiko Fujimori, dos días antes, anunciándole que tenía asegurada una ubicación importante, sin margen para manifestar observaciones respecto a su ubicación y limitándose a aceptar las condiciones impuestas. Zanabria era una antigua seguidora de Alberto Fujimori en la región y había establecido contacto con Keiko Fujimori años antes, mientras que Aramayo —una periodista televisiva— tenía un contacto más reciente con la candidata. De acuerdo con ambas, fue Keiko Fujimori quien les propuso la postulación, aunque previamente tuvieron que pasar por un proceso de evaluación: enviaron sus currículos, asistieron a reuniones, entrevistas y actividades de capacitación en Lima.

La asignación de ambas candidatas dejó fuera de carrera a promotores del partido que buscaban cumplir un papel intermediario entre este y los posibles candidatos. Hasta finales de 2015, el empresario televisivo Fredy Lozano fue el principal vocero de Fuerza Popular en Arequipa, por lo que su postulación al Congreso se daba por segura. Además, dada su presencia pública, otros políticos en busca de ser candidatos al Parlamento se acercaban a él para negociar su incorporación al partido. Lozano, junto a otros actores, como el exalcalde del distrito de Quequeña, José Palomino, se habían incorporado a Fuerza Popular meses antes de las elecciones regionales y municipales de 2014, y postularon a diversos cargos locales. Aunque no tuvieron éxito, dieron un paso importante para que el fujimorismo obtuviera atención mediática en una región tradicionalmente adversa.

La sorpresiva exclusión de Lozano de la lista provocó su renuncia pública al partido. Junto a él dejaron Fuerza Popular José Palomino, Jhony Macedo —excandidato a la alcaldía de Alto Selva Alegre— y Sergio Chamana, coordinador regional de Juventudes. El intento de Lozano y sus allegados de cumplir un rol de intermediación fracasó. Sin la presencia de aquellos que fungieron como representantes del partido durante el último año, la dirigencia nacional pudo definir con libertad las candidaturas y establecer el lugar que cada postulante ocuparía en la lista. De esta manera, la conformación de listas fue resultado de negociaciones directas realizadas por las personas del círculo más cercano a Keiko Fujimori o por ella misma.

Un escenario similar ocurrió en Cusco, donde Fernando Romero y Alipio Ramos —quienes habían sido caras visibles del fujimorismo en la región— fueron excluidos de la lista parlamentaria. En 2014, Ramos postuló a la presidencia regional del Cusco por Fuerza Popular y obtuvo 5% de los votos, pero fue reemplazado por su contrincante en dicha elección, Oswaldo Luizar, excongresista de Unión Por el Perú¹³. De acuerdo con Ramos, fue excluido por obra de Ana Vega, una estrecha colaboradora de Keiko Fujimori, quien habría tenido el poder de «decidir quién va y quién no» (La República, 2016).

¹³ En total, Ramos ha sido candidato por siete partidos o movimientos distintos, mientras Luizar por tres.

En Alianza Para el Progreso, el reclutamiento de candidatos se inició antes de las elecciones regionales y municipales de 2014, proceso que sirvió como una suerte de termómetro para identificar a probables candidatos. La cercanía lograda por César Acuña con gobernadores regionales y alcaldes, gracias a su labor directiva en la Asociación de Municipalidades del Perú (AMPE) y la Asamblea de Gobiernos Regionales (AGR), fue clave en la construcción de las listas en cada departamento. De acuerdo a las entrevistas realizadas, su partido concretó alianzas con más de 35 movimientos regionales en todo el país, además de acuerdos informales con otros políticos regionales con experiencia electoral, incluyendo a congresistas que tentaban la reelección.

En el caso de las regiones donde se realizó el trabajo de campo, la política de alianzas más amplia se dio en Arequipa. Allí la lista de candidatos estuvo compuesta por dirigentes de distintos movimientos regionales, como el excongresista Marco Falconí de Fuerza Arequipeña; Fausto Sumari, fundador de Arequipa Tradición y Futuro; el exalcalde de Cerro Colorado, Benigno Cornejo, de Arequipa Avancemos; y el exministro de Agricultura Carlos Leyton, del movimiento Compromiso, quien llegó a un acuerdo con el partido de Acuña desde el año 2014, por lo que fue el candidato en las elecciones regionales de ese año. Este acuerdo, a decir de Leyton, se extendería hasta el año 2018, aunque su continuidad se evaluaría luego del proceso electoral.

En Cusco fue relevante la alianza realizada con el movimiento regional Acuerdo Popular Unificado, que significó el ingreso en la lista de Benicio Ríos, quien había perdido la segunda vuelta regional en 2014 (luego de haber ganado la primera), y el exparlamentario nacionalista Hernán de la Torre, quien también fue alcalde provincial de La Convención (2006-2010). Así, la lista incluía dos políticos con arraigo en las dos ciudades más importantes de la región: Cusco y Quillabamba. Como una candidata «localizada» en esta última ciudad también se encontraba —con el número 2 de la lista— Rebeca Cruz, candidata a la municipalidad provincial de La Convención por Alianza Para el Progreso en dos oportunidades (2010-2014).

En el caso de la Alianza Popular, este proceso estuvo limitado al padrón de militantes del APRA y el Partido Popular Cristiano (además de Vamos Perú), mientras en Fuerza Popular, Peruanos Por el Cambio y Alianza Para el Progreso estuvo abierto al reclutamiento de precandidatos sin previo vínculo con estos partidos. La Alianza estableció un porcentaje de cupos para cada agrupación integrante de la alianza. En Arequipa, la lista fue encabezada por el congresista del Partido Popular Cristiano Juan Carlos Eguren y en esta también se incluyó a Yolanda Lozada, vicesecretaria regional del mismo partido con el número 3. Los apristas estuvieron representados por el exministro de Agricultura, Dante de Córdova, con el número 2; Alberto Messa, regidor de la municipalidad provincial de Arequipa, con el número 4;

y Mercedes Núñez, subsecretaria de Asuntos Laborales, con el número 6. Rosángela Arias, abogada invitada por el APRA, asumió el número 5.

De forma similar, en el Cusco, la lista parlamentaria estuvo conformada por militantes. De las cinco candidaturas disponibles, tres fueron asignadas al APRA y uno al Partido Popular Cristiano y Vamos Perú, respectivamente. Así, en el APRA, los puestos 1 y 3 fueron ocupados por cuadros con experiencia de postulación, muy reconocibles por el resto de la población: Luis Wilson, exparlamentario aprista durante el período 2006-2011 y excandidato a la gobernación regional del Cusco, y Víctor Boluarte, excandidato al Parlamento y la gobernación del Cusco. El número 2 fue asignado a Roberto Laimé (Partido Popular Cristiano) y el número 5 a Antonella Gonzales (Vamos Perú). El cuarto lugar fue asignado a Anacé Ure, una joven militante que había ocupado de manera reciente el cargo de secretaria de organización del APRA en la región.

2.2. La excepción del Frente Amplio

A diferencia de los casos anteriores, el Frente Amplio recurrió a «elecciones internas», vale decir un proceso participativo y competitivo abierto con el objetivo de que la conformación de las listas de candidatos al legislativo sea aprobada por sus militantes y simpatizantes, siguiendo la misma pauta definida para designar a la candidata presidencial. La conducción del proceso nacional fue encargada a un comité conformado por representantes de las diferentes agrupaciones nacionales que conformaban la coalición, entre las que se encontraban Tierra y Libertad, el Partido Socialista y el movimiento Sembrar, en tanto que, en el ámbito regional, los comités incorporaban a integrantes de los grupos regionales.

La consulta ciudadana convocada por el Frente Amplio para el 10 de enero fue presentada como un ejercicio de democracia interna y transparencia, pero su desarrollo y resultado fueron materia de diversos cuestionamientos y discrepancias que pusieron en riesgo la inscripción de las listas en diferentes regiones. Los casos más controvertidos se dieron en Arequipa y Puno, lugares en los que se denunció la manipulación de la votación. En Arequipa, las irregularidades se endilgaron al congresista Justiniano Apaza Ordoñez y sus seguidores, quienes habrían logrado obtener el primer lugar gracias a los votos de personas a las que ofrecieron un pago, según relata un integrante del comité electoral regional (entrevista personal con los autores, Puno, 5 de marzo de 2016). En Puno, el excandidato al gobierno regional por el movimiento Poder Democrático Regional, Alberto Quintanilla¹⁴,

¹⁴ Quintanilla fue elegido diputado por Izquierda Unida en 1985 y 1990. Postuló al gobierno regional en las elecciones de 2002, 2006, 2010 y 2014, y también fue candidato a la vicepresidencia por el Partido Socialista en 2006.

también denunció que el precandidato Oracio Pacori de Tierra y Libertad habría manipulado la votación en un local ubicado en el domicilio de sus partidarios para quedar en el primer lugar. En el caso de Apaza, el Comité Electoral Regional decidió excluirlo de la lista de postulantes, mientras que en Puno se acusó a Quintanilla de no aceptar los resultados por su interés en ser el número 1 de la lista. Finalmente, el Comité Regional también decidió retirarlo.

Las controversias se hicieron públicas y la impugnación de los afectados llevó a que los Jurados Electorales Especiales (JEE) no admitieran la inscripción de las listas del Frente Amplio aduciendo que no se habían respetado el proceso ni los resultados establecidos por la misma agrupación. Las apelaciones realizadas ante el JNE tampoco fueron aceptadas. Durante este proceso, se hicieron patentes las diferencias entre la dirigencia central —que había logrado acuerdos con los políticos regionales cuya participación estaba en cuestión— y los comités regionales que no formaron parte de las negociaciones y buscaban hacer respetar su decisión. Las divergencias fueron resueltas solo cuando el JNE aceptó los recursos extraordinarios de revisión planteando que podría concretarse la inscripción de las listas en tanto se incluyera a los precandidatos excluidos. Esta suerte de salvavidas electoral permitió al Frente Amplio contar con listas de candidatos al Congreso a escasos quince días de la primera vuelta.

2.3. Aportes y cupos

Un aspecto mencionado por los entrevistados fue el pago de aportes y cupos que deben realizar los candidatos. Aunque la mayoría de candidatos no reconoce haber pagado por su postulación, se han identificado dos mecanismos de entrega de fondos. En el primer caso, se trata de aportes a la campaña presidencial, como el realizado por Mauricio Rodríguez, candidato de Peruanos Por el Cambio en Puno con el número 3, que señaló haber entregado voluntariamente la suma de S/ 20 000 al partido como apoyo para la campaña presidencial. Rodríguez señala que este no era un pago por la inclusión en la lista sino la colaboración habitual que corresponde realizar a cualquier militante de un movimiento (entrevista personal, Puno, 2 de marzo de 2016). Además, indicó que, en contraprestación esperaba, el envío de materiales con los que pudiera reforzar sus propias actividades. Este material nunca llegó.

Por otro lado, como señalan todos los candidatos de este partido en Madre de Dios, la organización pidió una contribución inicial, la cual fue dada a lo largo de la campaña para cubrir algunos eventos del partido (entrevistas personales, Puerto Maldonado 25 y 28 de marzo de 2016). De acuerdo con el testimonio de quien hasta noviembre de 2016 fue parlamentario de PPK por Lima, Roberto Vieira, este realizó un aporte de campaña de S/ 50 000 (Canal N, 2016); en tanto que

otros militantes como Marcos Maldonado, Gioconda Tripi o Beltrán Hanco denunciaron el cobro de cupos en este partido (Diario Correo, 2016).

La entrega de dinero también se realizó en el Frente Amplio, aunque en esta agrupación se estableció una suma estándar de S/ 3000 a todos los precandidatos interesados en participar en las primarias, con la finalidad de cubrir los costos de este proceso. Algo similar ocurrió en Alianza Popular con los militantes del Partido Aprista que tuvieron que realizar dos pagos: uno de S/ 3500 para ser precandidatos (que en el caso de jóvenes menores de 29 años se reducía a S/ 2000) y, una vez elegidos candidatos, debían abonar US\$ 3000.

En otras agrupaciones, sin embargo, el manejo de los pagos parece haber sido más arbitrario. En Fuerza Popular en Arequipa, periodistas y analistas entrevistados mencionaban que el costo era de entre US\$ 30 000 a US\$ 60 000, aunque no todos los que participaban tenían la obligación de realizar dicha entrega de dinero. En Puno varios precandidatos señalaron que su incorporación no pudo concretarse por no haber podido realizar los pagos solicitados que iban de US\$ 30 000 a US\$ 50 000. De acuerdo a otros entrevistados, en Alianza Para el Progreso no existió este tipo de aportes ya que los costos de la campaña presidencial fueron asumidos por César Acuña, que canalizaba los recursos por medio de las filiales de la Universidad César Vallejo.

Junto a este tipo de aportes, en varios casos se han recogido testimonios de cupos que debían ser entregados a personas allegadas a los candidatos, las cuales eran parte de una negociación más reservada. Partidarios de Alianza Para el Progreso en Puno mencionaron que el exalcalde Roger Saya Tapara entregó US\$ 100 000 al congresista Mariano Portugal con la finalidad de garantizar la postulación de su sobrino Hugo Tapara en la lista del partido de Acuña (entrevista personal, Puno, 4 de marzo de 2016). Este acuerdo llevó a Saya Tapara a empezar su campaña al Congreso como candidato de Alianza Para el Progreso pese a no haberse formalizado la inscripción. No obstante, tuvo que cerrar los locales que había inaugurado en diferentes lugares ya que no fue incluido como candidato.

En suma, este tipo de cupos y contribuciones permiten a los partidos acumular capital logístico y financiero en un contexto donde los recursos de la periferia (y sus actores) aumentaron sustancialmente. Acaso el síntoma más elocuente de ello es el ingreso de una legión de nuevos empresarios capaces de subvencionar por sí solos sus propias actividades políticas.

3. LA CAMPAÑA: CADA QUIÉN BAILA CON SU PROPIO PAÑUELO

La ausencia de aparatos partidarios locales y la existencia del voto preferencial puso en hombros de los candidatos al Parlamento el peso de la campaña electoral en

las regiones. Este esquema resultó siendo útil para los partidos nacionales, ya que pudieron «delegar» en los candidatos regionales las actividades proselitistas. Así, los candidatos al Congreso tuvieron que desempeñar una doble labor: sostener la campaña presidencial, difundiendo el mensaje y el símbolo del partido nacional, y afrontar la propia campaña personal, que exigía desenvolverse en medio de una suerte de lucha interna en la que la obtención de votos dependía más del desprestigio de sus colegas de partido antes que de arrebatar votos a los rivales de las otras agrupaciones.

Acaso uno de los aspectos más sintomáticos de esta forma de articular la campaña se encuentre en la ausencia de locales partidarios en las capitales departamentales. Lo que existió fueron comités de cada candidato al Congreso, los cuales alquilaban un local o utilizaban su propia casa o negocio para coordinar actividades y recibir periodistas. En sí mismos, estos locales tenían un sentido comunicacional, al ubicarse preferentemente en avenidas o calles de alto tránsito. Así, estaban debidamente adornados por pancartas con la cara del candidato, su número de lista y el logo del partido, además de banderolas y publicidad del candidato presidencial.

En algunos casos, los partidos disponían de locales de coordinación, donde se agrupaban principalmente operadores regionales cuyo trabajo central era planificar la logística necesaria para la visita del candidato o la candidata presidencial. Por ejemplo, en Madre de Dios, donde pocos candidatos presidenciales realizaron visitas durante la primera vuelta, los comités partidarios eran inexistentes. El único activo pertenecía al Frente Amplio y estaba conformado por una veintena de activistas, en su gran mayoría limeños residentes en Madre de Dios dedicados a labores de conservación ambiental, quienes se definían como «promotores de la candidatura de Verónica Mendoza». En buena cuenta, la presencia de locales partidarios —previos a la campaña— es un indicador mínimo de vida orgánica en la región o provincia. En las regiones estudiadas, solo el APRA, en Arequipa, Cusco y Puno, tiene un local permanente. En Madre de Dios, el local histórico del partido —a una cuadra de la Plaza de Armas de Tambopata— es ahora un restaurante.

La ausencia de infraestructura orgánica de los partidos no se limita a la falta de estructura física. Durante el trabajo de campo se preguntó a los candidatos al Congreso entrevistados si la organización por la cual postulaban les brindaba alguna ventaja logística (militantes, pintura, vehículos, etcétera) y las respuestas fueron, sin variantes, las mismas: nada. Incluso en el APRA se sentía la soledad de lo que llaman «la Nacional». De acuerdo con un candidato al Congreso en Cusco: «en la campaña de 2006 nos llegaba un montón de material, afiches, calendarios, de todo, pero ahora no tenemos nada, y estoy seguro [de que] hay toneladas tiradas en Alfonso Ugarte (como se conoce al local del APRA en la ciudad de Lima)» (entrevista personal, Cusco, 29 de enero de 2016).

Por otro lado, con la finalidad de llevar adelante la campaña buena parte de los candidatos señaló que recurrió al apoyo de personas a quienes los unían vínculos familiares, amicales y laborales. Solo en aquellos casos en los que los candidatos contaban con una mayor trayectoria política o disponían de recursos económicos se pudieron contratar operadores a cargo del trabajo político. En todos los demás casos, el soporte fue prestado por el círculo más cercano al candidato. Por ejemplo, en Arequipa, la asistente de campaña del candidato de Alianza Para el Progreso, Jorge Sumari, era su hija, quien se encargaba de organizar las diferentes actividades a desarrollar (entrevista personal, Arequipa, 17 de marzo de 2016); mientras en Puno los hermanos de Oracio Pacori, candidato del Frente Amplio, eran el principal soporte organizativo en su intento de llegar al Parlamento (entrevista personal, Puno, 4 de marzo de 2016). En Cusco, la hermana de la candidata Rebeca Cruz, número 2 por Alianza Para el Progreso, era su jefa de campaña y se encargaba de convocar activistas y relacionarse con la prensa (entrevista personal, Cusco, 12 de marzo de 2016).

Políticos más experimentados tuvieron el apoyo de personas con las que han trabajado previamente durante años. El equipo de apoyo de Mauricio Rodríguez, candidato de Peruano Por el Cambio en Puno, estaba conformado por exfuncionarios de su gestión en el gobierno regional, quienes también fueron parte del movimiento regional Aquí con el que postuló y ganó la presidencia regional en 2014 y compartían el mismo proyecto político. En Cusco, el equipo de Benicio Ríos estaba conformado por operadores del Acuerdo Popular Unificado —el movimiento por el cual fue candidato a la gobernación en 2014— y personas de su confianza que ocuparon cargos gubernamentales durante su gestión como alcalde de Urubamba, mientras que Óscar Mollohuanca (número 4 por el Frente Amplio) articulaba su campaña sobre la base de operadores vinculados a las federaciones campesinas de la provincia de Espinar.

Otro aspecto de particular relevancia para los candidatos al Congreso, sobre todo en las zonas urbanas, fue contar con un grupo mínimo de activistas encargados de repartir volantes, realizar pasacalles y acompañar la visita del postulante a mercados y plazas. En Cusco y Arequipa —en contraste con Madre de Dios— varios de los locales visitados contaban con la presencia de grupos de entre quince a treinta jóvenes, en las reuniones de coordinación que suelen realizarse en horas de la noche. Por ejemplo, en Arequipa, Thanud Febres, candidata de Peruano Por el Cambio recibió el apoyo de jóvenes estudiantes que, al igual que ella, se adhirieron al grupo de seguidores de Kuczynski desde el proceso electoral de 2011. Desde entonces, conformaron una de las bases de la agrupación y consideraban la inclusión de Febres en la lista como una oportunidad para que una militante pudiera acceder al Congreso (entrevista personal, Arequipa, 15 de marzo de 2016).

Sin embargo, en la mayoría de los casos, los jóvenes participantes se habían adherido al equipo del candidato de manera mucho más reciente. En Cusco, Armando Villanueva, consultado por uno de los autores sobre el tiempo de militancia de los jóvenes que acompañaban sus actividades y se reunían semanalmente en su local ubicado a espaldas de la *paqcha* de Pumaqchupan, respondió de manera categórica: «Son muy entusiastas, pero hace veinte días no estaban ahí» (entrevista personal, Cusco, 4 de marzo de 2016). En su mayoría eran jóvenes universitarios, con tiempo libre durante las vacaciones de verano.

La presencia de estos activistas reclutados durante los meses de campaña es de gran importancia para los candidatos. En un notable trabajo, Muñoz ha mostrado cómo los candidatos locales distribuyen beneficios durante el período de campaña con el fin de comprar la asistencia de ciudadanos de escasos recursos a mítines, caravanas y otros eventos. En un contexto como el peruano —en el que existe escasa información que permita a los electores y otros agentes identificar a los candidatos con mayor viabilidad electoral— este tipo de clientelismo «permite a los postulantes transmitir información y presentarse como candidatos electoralmente viables» (2014, p. 85). Esta observación se puede extrapolar a diferentes aspectos de la campaña. En la mayor parte de los casos, los activistas que concurrían a los locales planificaban actividades públicas en plazas o trabajo de «volanteo» en las calles. A mayor número de activistas, el candidato se vuelve más visible a los ojos de los electores, la prensa o posibles donantes.

Como apunta Muñoz, este tipo de actividades son amplificadas por la prensa (2014, p. 85). De hecho, los candidatos establecen estrategias —claramente antiéticas— para ganar presencia mediática. En una de nuestras visitas a uno de los locales, uno de los candidatos al Parlamento por Peruanos Por el Kambio en Cusco se dirigía a los veinte jóvenes que congregaba en su local: «Tenemos que empezar a pasearnos por los mercados. Pero tenemos que parecer varios, en caravana, como que somos una multitud. Eso lo vamos a grabar y pasar a los medios [nombra siete canales de televisión distintos]. Yo tengo reportajes ahí comprados, pero necesitamos material. Nosotros tenemos que producirlo, pues» (observación participante, Cusco, 10 de marzo de 2016).

En efecto, el pago a medios de comunicación es una práctica recurrente que incrementa de manera considerable los costos de la campaña dada la fragmentación de los medios en el nivel departamental. Como afirma otro candidato al Congreso en la misma región, esto es esencial si se quiere tener una campaña exitosa: «Hay que pagar, sí, sino no pasa nada. El problema es que aquí cada provincia tiene su propia radio, sus propios programas de televisión, entonces tienes que tener un presupuesto grande para que te pongan cámara cuando vas a cada provincia» (entrevista personal, 12 de marzo de 2016).

En Madre de Dios, durante la planificación de la Marcha por la Paz en Puerto Maldonado, en el local de uno de los candidatos de Fuerza Popular, este conminaba a sus operadores de campaña a contratar mototaxis para que se unan a la caravana: «hay que pagarles a quince, veinte mototaxis, les ponemos sus globos, sus pancartas y que nos sigan nomás. La cosa es que se vea grande. Hay que mostrar fuerza a la gente» (observación participante, Puerto Maldonado, 1 de abril de 2016)¹⁵.

Sin mayor organización para hacer trabajo de bases tanto en sectores urbanos como rurales, los medios son una manera rápida y de relativo bajo costo para que los candidatos posicionen su imagen. Por casualidad, mientras uno de los autores esperaba una entrevista en el local de una de las candidatas de Peruanos Por el Kambio en Arequipa, está se encontraba realizando una entrevista radial. Apenas se abrieron las llamadas telefónicas un miembro de su equipo llamó a felicitar su intervención y mostrar su respaldo como un radioescucha independiente.

Esta forma de comportamiento «deimático» no es exclusivo de los partidos más jóvenes¹⁶. En una reunión en la Casa del Pueblo en Cusco, uno de los candidatos se dirigía al resto postulantes y miembros de comité regional de esta manera: «Hay [que] estar atentos a cuanto programa de radio y televisión. La mayoría abren espacio al público. Entonces hay que llamar y decir que se apoya a Alan [García]. Ser los primeros. Así la gente va escuchando que llaman cinco y que esos cinco están con Alan; se va creando la ilusión de que hay más apoyo. A eso tenemos que apuntar».

En resumen, sin respaldos organizacionales efectivos, estas estrategias son las «armas de los débiles» para convertirse en opciones política viables.

3.1. La lucha interna y la contracampaña

De acuerdo a lo observado en nuestra investigación en campo, una de las pocas ocasiones en las que los candidatos congresales compartían un espacio de coordinación común se presentaba cuando el candidato o candidata presidencial viajaba a la región por la cual postulaban. En tales oportunidades, los jefes de campaña recurrían a los candidatos con el objeto de obtener su apoyo financiero para el desarrollo de las diferentes actividades, en particular cuando iban a realizarse mítines públicos que requerían la movilización de personas, la contratación de estrados, vehículos, aparatos electrónicos y materiales de campaña. En este precario

¹⁵ La Marcha por la Paz fue convocada por el fujimorismo como respuesta a la convocatoria a una movilización en conmemoración del 5 de abril de 1992 y en rechazo a la candidatura de Keiko Fujimori.

¹⁶ En biología, el comportamiento «deimático» corresponde a un patrón físico de los animales para parecer más grandes o amenazantes ante los depredadores.

esquema de movilización electoral no faltaban las descoordinaciones, como lo ejemplifica el caso de un asesor de la candidata presidencial del Frente Amplio, quien al indagar sobre quién iba a recibirla a su llegada a una región en la que tenía previsto realizar varias actividades recibió como respuesta «unos compañeros», sobre los cuales no había referencias previas ni vínculos organizacionales (entrevista personal, Lima, 5 de diciembre de 2016).

Por otro lado, al depender la organización de las actividades de los candidatos al Congreso, se generaban conflictos entre estos, tal como las ocurridas en Arequipa donde la candidata Alejandra Aramayo fue impedida de subir a los estrados donde se iba a encontrar Keiko Fujimori por el resto de candidatos que buscaba restarle protagonismo y visibilidad pública. Aunque de carácter anecdótico, este hecho ilustra de buena manera las rivalidades que enfrentan a «compañeros de lista», lo cual no es lo mismo que «compañeros de partido». Si bien el voto preferencial genera incentivos para la rivalidad en cualquier contexto, es particularmente nocivo en el caso peruano. Es de esperar que en un partido funcional —con militantes que comparten experiencias previas y conocen un conjunto de reglas internas para distribuir el poder— los candidatos tengan mayores restricciones para enfrascarse en disputas públicas y abiertas actividades de sabotaje: el nombre o la marca del partido importa y es algo necesario de preservar.

En cambio, poco hay que preservar para quienes se adhieren a una lista y no forman parte de la agrupación política a la cual representan. Los candidatos acaban conformando un grupo de personas que no se conocen, ni comparten intereses ni vida partidaria. El incentivo brindado por el voto preferencial, así como la fragmentación de las preferencias del electorado, que disminuye las opciones de los partidos para conseguir más de un representante, generaron una lucha interna permanente entre los candidatos de una misma lista. La contracampaña es uno de los temas más mencionados por los candidatos y sus equipos. De acuerdo a la información obtenida, el objetivo es el desprestigio de los rivales mediante la difusión de información sobre faltas supuestas o reales: «Se apela a todo para ganar», en palabras de un operador político.

En Puno, esta tarea era encargada a jóvenes universitarios involucrados en la política estudiantil, quienes debían obtener la información necesaria sobre las faltas de los candidatos, producir los volantes y materiales alusivos, realizar las pintas y establecer contacto con los medios de comunicación para difundir los ataques. Un par de elementos necesarios para el «éxito» de la contracampaña eran la no identificación de quienes lanzaban las acusaciones y la oportunidad del ataque: mientras se realizara más cerca de la fecha de las elecciones era más efectiva, ya que impedía a los afectados desvirtuar las acusaciones.

En Arequipa, los ataques entre candidatos también fueron usuales. En el fujimorismo las denuncias se centraron sobre todo en Alejandra Aramayo, número 1 de Fuerza Popular, quien responsabilizó a los otros candidatos de ser los autores de los mismos y de impedirle participar en actividades conjuntas. En entrevistas con otros candidatos y simpatizantes de este partido, estos hacían observaciones a Aramayo por sus posturas personalistas y su «oportunismo». Pero las controversias también alcanzaron a la candidata Dessy Zanabria quien salió a los medios de prensa para denunciar a otros candidatos y militantes por haber organizado una campaña en su contra.

En el Frente Amplio, las controversias surgidas en el proceso de conformación de las listas fueron una expresión de las diferentes posturas de los grupos políticos que integran esta organización y el interés en promover a sus propios candidatos. Así, la candidata María Agüero era constantemente atacada por las mismas personas cada vez que brindaba declaraciones a los medios de comunicación. Ella reconocía que estos incidentes eran organizados por sus propios compañeros, algunos de los cuales la denunciaban como «una agente de la CIA» por haber vivido varios años en Estados Unidos.

Un aspecto a resaltar en relación a los puntos tratados es la debilidad de los responsables regionales de la campaña, que representaban al partido nacional, para resolver los conflictos al interior del partido. Si bien en varias ocasiones los problemas se planteaban en las reuniones que sostenían los candidatos, las medidas adoptadas eran insuficientes (por ejemplo, un llamado de atención o solicitar discreción para evitar la difusión en los medios) o simplemente eran dejadas de lado por la dinámica de una campaña en la que cada quien debía valerse por sí mismo.

En resumen, la definición de candidatos y la realización de las campañas que estos llevan a cabo son resultado del tipo de negociación que realizan las dirigencias centrales y los políticos locales. En esta dinámica, lo relevante para las primeras es contar con candidatos que tengan cierto nivel competitivo, pero también cuenten con recursos para afrontar la campaña; mientras los segundos satisfacen su interés de postular en una lista congresal. Esta relación de carácter pragmático es la base de las discrepancias, cuestionamientos y demás incidencias que se observan durante las semanas de campaña y, probablemente, incidan en el desempeño posterior de quienes resultan elegidos.

4. CONCLUSIONES

Este artículo describe las formas de selección de los candidatos parlamentarios y sus estrategias de campaña, las cuales inciden en la manera en que los partidos se despliegan a lo largo de territorio nacional. Consideramos que la concurrencia

entre las circunscripciones electorales al Parlamento y el nivel intermedio de gobierno —la región— son factores cruciales para delinear el ámbito de acción de los políticos. La predominancia de lo regional frente a lo nacional, sostenemos, refuerza la dinámica de cambio partidario e impide el enraizamiento de los partidos nacionales en los ámbitos departamentales.

En un contexto de debilidad partidaria, la estructura electoral peruana configura una serie de dinámicas que delimitan la representación parlamentaria. Una de ellas —presentada en este artículo— es la correspondiente a la selección de candidatos al Congreso. Como se muestra, existen al menos dos grandes tipos de forma de selección. Por una parte, un grupo de partidos ha optado por realizar elecciones internas efectivamente competitivas. El caso más resaltante en el proceso analizado fue el del Frente Amplio, el cual convocó a la «militancia de izquierda» a seleccionar a sus representantes entre un conjunto de precandidatos. Sin embargo, la forma más extendida de selección de candidatos es la negociación directa entre políticos locales y partidos nacionales. Por ejemplo, Peruanos Por el Cambio realizó una convocatoria a través de operadores políticos, Fuerza Popular atrajo desde las elecciones de 2014 a un conjunto de candidatos competitivos seleccionados por la propia candidata presidencial y Alianza Para el Progreso optó por hacer alianzas informales con movimientos regionales.

Por otra parte, sin maquinarias afianzadas, la departamentalización de la política permite a los partidos sostener sus campañas nacionales a través de las campañas personalistas de los candidatos al Parlamento. Debido a la vigencia del voto preferencial, los postulantes al Congreso tienen fuertes alicientes para realizar campañas con el fin de maximizar sus oportunidades de elección. Como se muestra, esto incentiva la lucha entre candidatos de la propia agrupación política. No es una lucha fratricida entre cuadros de una organización cohesionada, sino más bien el concurso de políticos independientes que compiten entre sí buscando una curul de forma muy similar a como se busca una alcaldía distrital o una gobernación regional.

Acabada la vorágine electoral, estas dinámicas y estrategias para superar elecciones generan notables problemas de coordinación entre las bancadas parlamentarias. En los quince años transcurridos desde la redemocratización, el Parlamento peruano mostró una persistente fragmentación de sus bancadas. Por ejemplo, durante el período 2006-2011, se crearon cinco nuevos grupos parlamentarios y al menos 40 congresistas renunciaron a sus bancadas originales. Asimismo, entre 2011-2016, el Partido Nacionalista perdió veinte congresistas de los 47 que originalmente colocó, mientras las bancadas de Perú Posible y Alianza Por el Gran Cambio se descompusieron tras el retiro de un número considerable de sus integrantes iniciales.

Como argumentan Siavelis y Morgenstern (2008), los incentivos para la lealtad partidaria y, en consecuencia, la posibilidad de que los presidentes puedan apoyarse en una mayoría legislativa dependen, en gran medida, de los procesos de reclutamiento y selección de candidatos. El mismo requisito es necesario para construir bloques opositores. Por ello, conscientes de la precariedad de su mayoría parlamentaria, el fujimorismo promovió rápidamente —en octubre de 2016— la modificatoria del Reglamento del Congreso para generar sanciones a los congresistas que renuncien a la bancada por la cual fueron electos. Sin embargo, estos parches no evitan la reconfiguración de las candidaturas en cada nuevo período electoral.

¿Qué hacer para reorientar estos incentivos? Llama la atención que dentro del largo debate en torno a reformas electorales el alcance de las organizaciones políticas y el «monopolio» de las candidaturas parlamentarias de los partidos nacionales haya estado ausente. En la actualidad, existe una distancia muy grande entre la categoría movimiento regional —restringida por ley a un departamento— y un partido nacional que debe colocar, al menos en las elecciones parlamentarias, candidatos en todo el territorio (veinticinco departamentos). La exclusividad de las candidaturas parlamentarias ha sido vista como estímulo para la creación de partidos nacionales. Sin embargo, como hemos visto, no los ha hecho más fuertes.

Consideramos que es tiempo de incluir en el debate modificaciones legales que permitan a organizaciones regionales postular candidatos al Congreso, siempre y cuando agreguen un número mínimo de circunscripciones, acaso necesariamente contiguas, y cumplan un umbral mínimo de representación. Esto puede incentivar la formación de partidos que representen bloques regionales, a la vez que limita el mercado de candidatos independientes. Partidos de base regional pueden consolidarse y ser importantes agentes de representación, e incluso, ser el origen de estructuras nacionales en el futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- Anria, Santiago (2016). Democratizing Democracy? Civil Society and Party Organization in Bolivia. *Comparative Politics*, 48(4), 459-478.
- Barrenechea, Rodrigo (2014). *Becas, bases y votos. Alianza Para el Progreso y la política subnacional en el Perú*. Lima: IEP.
- Cameron, Maxwell (1994). *Democracy and Authoritarianism in Peru. Political Coalitions and Social Change*. Nueva York: Palgrave Macmillan.

- Canal N (2016). *Vieira pide contrastar denuncia sobre cupos en Peruanos Por el Cambio*, 4 de octubre. <http://canaln.pe/actualidad/vieira-pide-contrastar-denuncia-sobre-cobro-cupos-peruanos-kambio-n250753>
- Degregori, Carlos Iván & Carlos Meléndez (2007). *El nacimiento de los otorongos. El Congreso de la República durante los gobiernos de Alberto Fujimori (1990-2000)*. Lima: IEP.
- De la Flor, Pablo (2014). Mining and Economic Development in Peru. *Harvard Review of Latin America*, 13(2), 24-27.
- Diario Correo (2016). *Acusaciones de cobro de cupos remece a partido PPK (audio)*, 15 de octubre. <http://diariocorreo.pe/tema-del-dia/acusaciones-de-cobro-de-cupos-remece-a-partido-ppk-704751/>
- Gramont, Diane (2010). ¿Se está quedando Lima detrás? las elecciones regionales de noviembre de 2006 y el ascenso de los movimientos regionales en el Perú. *Polítai*, 1(1), 56-72.
- Hazan Reuven Y. & Gideon Rahat (2010). *Democracy within Parties: Candidate Selection Methods and Their Political Consequences*. Nueva York: Oxford University Press.
- Hicken, Allen (2009) *Building Party Systems in Developing Democracies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Incio, José Luis & Rodrigo Gil (2016). Enraizamiento electoral en ámbitos subnacionales. Análisis de las organizaciones político-electorales peruanas (1963-2014). *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 25(1), 115-136.
- La República (2016). *Pugnas internas en Fuerza Popular de Arequipa y Cusco*, 28 de enero. <http://larepublica.pe/impresal/politica/736968-pugnas-internas-en-fuerza-popular-de-arequipa-y-cusco>
- Levitsky, Steven, James Loxton & Brandon van Dyck (2016). Introducción. En Steven Levitsky, James Loxton, Brandon van Dyck y Jorge Domínguez (eds.), *Challenges of Party Building in Contemporary Latin America* (pp. 1-49). Cambridge: Cambridge University Press.
- Levitsky, Steven & Mauricio Zavaleta (2016). Why no Party Building in Peru? En Steven Levitsky, James Loxton, Brandon Van Dyck y Jorge Domínguez (eds.), *Challenges of Party Building in Contemporary Latin America* (pp. 412-439). Cambridge: Cambridge University Press.
- Muñoz, Paula (2014). An Informational Theory of Campaign Clientelism: The Case of Peru. *Comparative Politics*, 47(1), 79-98.

- Muñoz, Paula & Eduardo Dargent (2016). Patronage, Subnational Linkages, and Party-Building En Steven Levitsky, James Loxton, Brandon Van Dyck y Jorge Domínguez (eds.), *Challenges of Party Building in Contemporary Latin America* (pp. 187-216). Cambridge: Cambridge University Press.
- Muñoz, Paula, Martín Monsalve, Yamilé Guibert, César Guadalupe & Javier Torres (2016). *Élites regionales en el Perú en un contexto de boom fiscal: Arequipa, Cusco, Piura y San Martín (2000 -2013)*. Documento de Investigación 7. Lima: Universidad del Pacífico.
- Planas, Pedro (1996). ¿Existe un sistema de partidos en el Perú? En Fernando Tuesta Soldevilla (ed.), *Los enigmas del poder. Fujimori 1990-1996* (pp. 169-201). Lima: Fundación Friedrich Ebert.
- Remy, María Isabel (2010). ¿Son representativos los gobiernos regionales? *Argumentos*, 1.
- Remy, María Isabel (2016). La participación y la representación política desde las regiones. En Jorge Aragón (ed.), *Participación, competencia y representación política: contribuciones para el debate* (pp. 147-157). Lima: IEP-JNE.
- Seifert, Manuel (2014). *Colapso de los partidos nacionales y auge de los partidos regionales*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Siavelis, Peter & Scott Morgenstern (2008). Candidate Recruitment and Selection in Latin America: A Framework for Analysis. *Latin America Politics and Society*, 50(4), 27-58.
- Tanaka, Martín (2002). *La dinámica de los actores regionales y el proceso de descentralización: ¿el despertar del letargo?* Documento de Trabajo 125. Lima: IEP.
- Tanaka, Martín & Yamile Guibert (2011). Entre la evaporación de los partidos y la debilidad de los movimientos regionales. Una mirada a las elecciones regionales y municipales desde las provincias, 2002-2006-2010. En VV.AA., *Perú Debate. El nuevo poder en las regiones. Análisis de las elecciones regionales y municipales 2010* (pp. 18-28). Lima: CISEPA.
- Tuesta, Fernando (2012). Un voto letal: el voto preferencial y los partidos políticos en el Perú. *Politai*, 4(7), 107-118.
- Vergara, Alberto (2009). *El choque de los ideales: reformas institucionales y partidos políticos en el Perú post-fujimorato*. Lima: IDEA Internacional.
- Vergara, Alberto (2011). United by Discord, Divided by Consensus: National and Sub-national Artitulation in Bolivia and Peru, 2000-2010. *Journal of Politics in Latin America*, 3(3), 65-93.
- Vilca, Paulo (2014). «La persistencia de la política: redes políticas en el altiplano puneño». Tesis de maestría en Ciencia Política y Gobierno, PUCP.

Yashar, Deborah (2005). *Contesting Citizenship in Latin America: The Rise of Indigenous Movements and the Postliberal Challenge*. Cambridge: Cambridge University Press.

Zavaleta, Mauricio (2014a). *Coaliciones de independientes. Las reglas no escritas de la política electoral*. Lima: IEP.

Zavaleta, Mauricio (2014b). Todo se transforma: la articulación de la oferta política en el Perú subnacional. *Argumentos*, 8(5).

Entrevistas personales¹⁷

Alberto Quintanilla, candidato del Frente Amplio, en Puno, marzo de 2016.

Alejandra Aramayo, candidata de Fuerza Popular, en Arequipa, marzo de 2016.

Ana Cruz, jefa de campaña de la candidata de Alianza Para el Progreso, Rebeca Cruz, marzo de 2016.

Armando Villanueva, candidato de Acción Popular, en Cusco, marzo de 2016.

Candidata de Alianza Para el Progreso, en Puno, marzo de 2016.

Candidato de Alianza Popular, en Cusco, enero de 2016.

Candidato por Peruanos Por el Cambio, en Cusco, marzo de 2016 .

Carlos Leyton, candidato de Alianza Para el Progreso, en Arequipa, marzo de 2016.

Coordinadora regional del Frente Amplio en Madre de Dios, Puerto Maldonado, marzo de 2016.

Dessy Zanabria, candidata de Fuerza Popular, en Arequipa, marzo de 2016.

Gloria Castillo, candidata de Peruanos Por el Cambio, en Cusco, marzo de 2016.

Integrante del Comité Electoral Regional del Frente Amplio, en Arequipa, marzo de 2016.

Jorge Sumari, candidato de Alianza Para el Progreso, en Arequipa, marzo de 2016.

José Luis Vargas, analista político, en Arequipa, marzo de 2016.

Keler Rengifo, candidato de Peruanos Por el Cambio, en Madre de Dios, marzo de 2016.

Luis Bocangel, candidato de Peruanos Por el Cambio, en Madre de Dios, marzo de 2016.

María Agüero, candidata del Frente Amplio, en Arequipa, marzo del 2016.

¹⁷ En total, fueron entrevistadas 56 personas, entre candidatos al Parlamento miembros de equipos de campaña y periodistas políticos. Esta lista hace referencia a las entrevistas que figuran en la narración del artículo. Las personas que figuran en esta lista y que no se encuentran con nombre y apellido solicitaron explícitamente no ser identificadas.

Mauricio Rodríguez, candidato de Peruanos Por el Kambio, en Puno, marzo de 2016.

Miembro del equipo central de campaña del Frente Amplio, diciembre de 2016.

Miembro del equipo de campaña del Frente Amplio, diciembre de 2016.

Oracio Pacori, candidato del Frente Amplio, en Puno, marzo de 2016.

Periodista de la revista *El Búho*, en Arequipa, marzo de 2016.

Periodista del diario *La República*, en Arequipa, marzo de 2016.

Roger Maquera, integrante del equipo de Mauricio Rodríguez, en Puno, marzo de 2016.

Thanud Febres, candidata de Peruanos Por el Kambio, en Arequipa, marzo de 2016.

**SOLO EL NÚMERO IMPORTA:
EL LUGAR DEL VOTO PREFERENCIAL**

*Henry Ayala Abril
Luis Mas Castillo*

INTRODUCCIÓN

Los sistemas electorales y sus reglas ocupan un lugar primordial en el desarrollo de la democracia en los estados modernos. En ellos se encuentra la forma en que los votos de los ciudadanos se convierten en cargos electos designados para representar a la población en los diferentes poderes del Estado. Particularmente en el caso de los representantes del Congreso Peruano, la forma en que postulan y bajo qué fórmula son elegidos ha estado en discusión desde el establecimiento del voto democrático para dichos puestos (Tuesta, 2012).

Desde la Asamblea Constituyente de 1979, los congresistas peruanos han sido electos bajo la modalidad de voto preferencial; es decir, un voto que brinda la capacidad a los electores de escoger por un candidato dentro de una lista propuesta por alguno de los partidos políticos postulantes (Carey & Shugart, 1995). Dicha lista posee un orden numeral decidido por cada partido político, el cual se configura según determinados criterios que cada organización fija entre sus candidatos. Siendo la representación parlamentaria muchas veces la cara visible del partido en la sociedad (Alcántara & Freidenberg, 2001), los partidos utilizan la lista para influir en qué candidatos tienen más probabilidades de entrar dependiendo si se encuentra en los primeros lugares de la lista (Romero, 2015).

El ejercicio del voto preferencial permite entreverar el orden de la lista con el fin de crear lazos más representativos entre ciudadanos y representantes; sin embargo, hay cada vez más argumentos que desafían su idoneidad, donde se considera este tipo de votación es más negativa que positiva para la competencia democrática (Zovatto & Aguilar, 2013). ¿Cuán determinante es el voto preferencial en las elecciones peruanas contemporáneas? ¿Es cierto que los primeros números de la lista tienen más probabilidades de entrar?

Este artículo responde a estas preguntas a través de los resultados de las últimas elecciones congresales, en particular en el número de votos obtenidos por los candidatos de las listas que obtuvieron representación en el Congreso por el distrito de Lima Metropolitana en 2016. Se examina, entonces, la importancia del número de la lista parlamentaria frente a otros factores como nivel educativo, experiencia política o afiliación partidaria para explicar el éxito electoral de un postulante al Congreso en Lima.

De este modo, a través del estudio del distrito electoral con más curules en el Congreso, se puede analizar la influencia real del voto preferencial y si las probabilidades de éxito recaen más en el elector que en la organización política que decide el orden de la lista parlamentaria. Para ello, se utilizan modelos estadísticos para determinar qué características están más ligadas a un alto número de votos, así como una aproximación hacia los criterios que existen para posicionar a un candidato en un mejor lugar de la lista parlamentaria.

El artículo se divide en cuatro partes. La primera explica la génesis del voto preferencial, sus características a través de las elecciones parlamentarias y los criterios que ha encontrado la literatura para explicar el orden de las listas parlamentarias. La segunda parte aborda el voto preferencial en el ámbito nacional, y muestra los resultados y las implicancias que tiene su uso en las diferentes circunscripciones. En la tercera parte se analizan los resultados de Lima Metropolitana a través de modelos estadísticos para identificar los efectos de las diferentes variables explicativas del número de votos, así como también los determinantes del lugar en la lista. Finalmente, en la cuarta parte se esbozan algunas conclusiones preliminares sobre las elecciones congresales de 2016.

1. LA NATURALEZA DEL VOTO PREFERENCIAL

En un sistema electoral, para que los votos de los ciudadanos se conviertan en escaños dentro del Poder Legislativo es necesario, en primer lugar, responder a dos cuestiones: cómo se postulan los candidatos y cómo vota la población por ellos. Dentro del modo de postulación, en la mayoría de países son los partidos quienes son intermediarios para seleccionar posibles candidatos. En el Perú, la Ley de Elecciones y la Ley de Partidos Políticos promueven y exigen democracia interna dentro de las organizaciones políticas. De esta manera, la postulación se da a través de listas con un número y orden determinado de candidatos. Según Nohlen (2004), la pregunta en torno a cómo el elector puede emitir su voto puede tener diferentes modelos, dentro de los cuales una manera de clasificarlos es a través del tipo de lista que utilizan:

- Lista cerrada y bloqueada: el elector puede seleccionar el partido y su lista con el orden que ya tiene predeterminado.
- Lista cerrada y desbloqueada: el elector puede escoger sus candidatos solamente de una lista partidaria haciendo uso del voto preferencial.
- Lista abierta: el elector puede escoger sus votos de cualquiera de las listas.

La selección de cada uno de estos métodos tiene consecuencias en la relación del candidato con el partido político que lo postula. Por ejemplo, si es que el voto es por lista cerrada y bloqueada, es el partido quien puede decidir el orden de probabilidad con el que los candidatos entrarían al Congreso y no los votos que pueda lograr en campaña el candidato por sí mismo; mientras que una lista abierta privilegia la personalización en detrimento de la imagen del partido político al que representa. Bajo esta lógica, los candidatos buscan crear su propio perfil y propuestas para atraer el voto hacia su persona (Carey & Shugart, 1995).

Al instrumento que permite votar por una lista cerrada, pero escoger algunos miembros dentro de ella se le llama voto preferencial, el cual está presente desde hace tiempo en varios países de América Latina como Perú, Brasil, Chile o Panamá; mientras que en otros ha sido introducido recientemente como es el caso de Colombia o El Salvador (Zovatto & Aguilar, 2012).

En el Perú, desde la elección de la Asamblea Constituyente de 1978 se ha utilizado el voto preferencial como método para escoger candidatos al Poder Legislativo. En dicha elección, el elector podía votar por una lista parlamentaria y un número de candidato dentro de esta. Con la vuelta a la democracia con la promulgación de la Constitución de 1979, el renovado fortalecimiento de los partidos políticos logró que los parlamentarios en las elecciones de 1980 fueran electos por lista cerrada; es decir, cada agrupación tenía el poder de escoger a sus candidatos con más probabilidades para entrar a las cámaras legislativas y los ciudadanos no podían expresar sus preferencias más allá del voto por el partido.

Sin embargo, es en las elecciones generales de 1985 donde se reformó la legislación de lista cerrada para volver al voto preferencial, pero esta vez con la posibilidad de elegir dos candidatos de una lista. Este tipo de papeleta electoral ha sido la utilizada en las elecciones congresales peruanas desde ese entonces. Con la llegada del fujimorismo y el discurso en contra de los partidos políticos (Degregori, 2012), la nueva Constitución de 1993 creó un Poder Legislativo unicameral de 120 congresistas que serían representantes de una circunscripción nacional única; esto es, toda la población votaría en su conjunto por la totalidad del Congreso. Dicho sistema beneficiaba a las figuras de alcance nacional, predominantemente de la capital, más que a los candidatos de otros departamentos. La representación

se alejaba del interior del país, produciéndose una limeñización y centralización del Congreso (Degregori & Meléndez, 2007).

Durante la transición a la democracia en 2001 se reformó la legislación de distrito único para dar paso a que los ciudadanos puedan escoger a sus congresistas en cada uno de los veinticinco departamentos en proporción a la población que contengan. En adición, la Ley de Partidos Políticos promulgada en 2003 propicia la democracia interna dentro de las organizaciones para una selección de candidatos más horizontal y que no dependa solo de una cúpula partidaria, promoviendo la institucionalización de las organizaciones políticas y la regulación de su funcionamiento interno por el Jurado Nacional de Elecciones (JNE).

De este modo, el voto preferencial ha sido la norma más que la excepción dentro del sistema electoral peruano de los últimos treinta años, por lo que la estrategia de nominación de candidatos congresales se amolda al sistema electoral imperante¹. Existe evidencia que los primeros puestos de las listas tienen mayor probabilidad de entrar al Congreso (Tuesta, 2012), por lo que en el proceso de ordenamiento de la lista se privilegia el número de orden más cercano al primer lugar².

Por ello, para algunos autores (Aldrich, 2014; Frech, 2016), la lógica de la lista congresal dependerá del objetivo de la organización política: si se privilegia más la cohesión partidaria y el establecimiento de una agenda parlamentaria (*policy-seeking*), el partido ubicará en mejor lugar a los candidatos con experiencia política o que sean militantes de la propia organización; mientras que si es más importante lograr la mayor cantidad de congresistas (*vote-seeking*) se necesitará candidatos con perfil mediático o que posean aparato político o financiamiento para la realización de la campaña. Este último ha sido el que ha imperado en la política contemporánea, como evidencia Barrenechea (2014).

Como criterios también influyen factores reguladores como el establecimiento de la cuota de género o de criterios paritarios dentro de cada partido, factores informales como la cercanía con el líder de la agrupación, o el establecimiento de una alianza política que lleva dentro de su lista congresal a más de un partido político. Con ello, la lista final debe organizar cada criterio de selección con tal de que permita incrementar las probabilidades de éxito de algunos candidatos por sobre otros. Esta jerarquía de criterios compite con los propios criterios de los electores a la hora de optar por un candidato, pues bajo la existencia del voto

¹ Para una mayor referencia sobre la selección de candidatos en las elecciones 2016, revisar el artículo de Puémape y Jiménez en este libro.

² En otros casos, el candidato va con un número alusivo a su *background* como la elección de Alberto Beingolea, conocido comentarista deportivo peruano, con el número 10 por su lista parlamentaria en 2011.

preferencial ellos deciden el orden de probabilidades con la que el candidato pueda lograr una curul en el Congreso y que no necesariamente involucra a los objetivos de cada organización política.

2. EL VOTO PREFERENCIAL EN DISPUTA

Este sistema de elección por lista cerrada y desbloqueada, acompañado de la circunscripción por departamentos, viene funcionando por cuatro elecciones consecutivas en el país (2001, 2006, 2011 y 2016) no sin encender la polémica sobre su idoneidad para la democracia peruana.

Dentro de los argumentos a favor de su implementación, el voto preferencial brinda mayor poder de decisión al votante, lo cual es más necesario en contextos en los cuales existe una partidocracia y la democracia interna dentro de los partidos es limitada e influenciada, como se mencionó anteriormente, por el capital político o económico de los candidatos (Valdés Escoffery, 2012; Zovatto & Aguilar, 2012). Por otra parte, la lista cerrada da mayores probabilidades de elección a cada postulante de la lista pues el orden designado por el partido no es determinante de éxito electoral (Tuesta, 2012). Por ejemplo, sin el voto preferencial los últimos de las listas parlamentarias tenían nulas chances de entrar al Congreso a menos que la lista obtenga el 100% de los votos; mientras que con el voto preferencial sí existe una posibilidad real de lograr entrar al obtener mayores votos individuales que otros competidores con mejor número. De este modo, mayor capacidad de elección y mayores chances de ser electo confluirían en una representación parlamentaria más cercana al ciudadano (Zovatto & Aguilar, 2012).

No obstante, hay numerosos argumentos que cuestionan los supuestos antes señalados, e indican que la influencia del voto preferencial es más bien nociva para la democracia y el sistema de partidos. Los argumentos se pueden resumir en cinco dimensiones:

2.1. Dimensión partidaria

En primer lugar, se argumenta que al darle mayor poder de decisión al ciudadano se están mermando las instituciones de representación intermedia, es decir, los partidos políticos. Bajo esta premisa, el voto preferencial posee una lógica «fratricida» que propicia la competencia interna entre los mismos miembros de una lista parlamentaria ya no solo por el orden en el que son colocados, sino por quién logra obtener un mayor número de votos preferenciales (Tuesta, 2012; Valdez, 2012).

En este contexto, es poco probable que todos los candidatos manejen una misma campaña, ocasionando sobreexposición a los mensajes electorales («ruido» político) hacia los ciudadanos con sus propuestas (Mendoza Rodríguez, 2012). Dicha competencia entre candidatos puede también tener repercusiones en el Congreso, al cual los miembros electos pueden tener problemas para ejercer acciones en conjunto debido a las pugnas dentro de la campaña (Zovatto & Aguilar 2012).

2.2. Dimensión de oferta de candidaturas

Un segundo tipo de argumento se concentra en lo referido a la oferta de candidaturas. Es decir, se cuestiona si es que el voto preferencial incentiva una mayor conexión con el candidato más que con el partido, en tanto, la oferta de candidatura se basa más en lo mediático o popular que en la persona o el dinero que tenga para hacer campaña (Tuesta, 2012). Con ello, hay un encarecimiento de las campañas políticas parlamentarias que desiguala la competencia en contra de los que no poseen tantos recursos o fama; además genera personalismo o vínculos clientelistas con el candidato (Valdez, 2012; Mendoza Rodríguez, 2012).

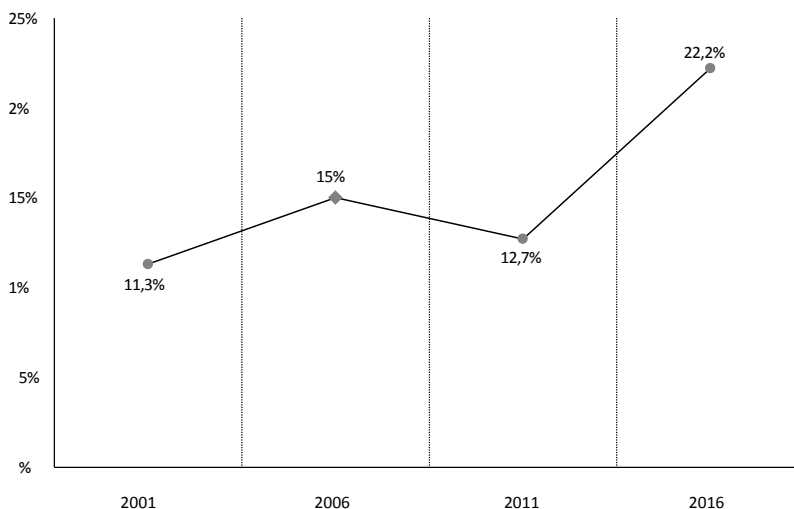
2.3. Dimensión logística

En tercer lugar, existen argumentos que apelan a las dificultades logísticas que desencadena el voto preferencial. La votación se hace más compleja para el elector y el escrutinio dura más tiempo para los miembros de mesa (Tuesta, 2012). Además, debido a las impugnaciones que pueden existir por el mal uso de las casillas de voto preferencial y a las dificultades de los miembros de mesa para contar los votos preferenciales, este proceso genera demoras en los resultados electorales tal como se ha visto en las elecciones peruanas desde la vuelta a la democracia. Esto se refleja en el porcentaje de votos nulos que se presentan en los resultados al Congreso tras cada elección.

2.4. Dimensión de control de financiamiento

En cuarto lugar, el control sobre el financiamiento de las campañas se hace mucho más complejo debido a la atomización del manejo del dinero según la campaña de cada uno de los candidatos (Tuesta, 2012). Al incrementar los costos de la campaña debido a la mayor competencia, es más difícil hacer un seguimiento a este gasto dividido entre todos los candidatos.

Gráfico 1. Porcentaje de votos nulos en las elecciones legislativas entre 2001 y 2016



Fuente: Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), 2016.

2.5. Dimensión de cuota de género

El voto preferencial también debilita la materia de acciones afirmativas como la cuota de género en el Parlamento, la cual ya no puede ser controlada en los puestos debido a que son los electores quienes deciden el orden final (Valdez, 2012; Mendoza Rodríguez, 2012). De este modo, por más de que las listas congresales cumplan con establecer un porcentaje de candidaturas para mujeres, no necesariamente van a ser electas en sus respectivos departamentos.

El ejercicio del voto preferencial en el Perú ha conllevado a que su eliminación esté en agenda para la reforma política que se viene discutiendo desde hace mucho tiempo por el mismo Congreso. Esto tiene que ver también con la cultura política de cada país y el contexto político en el que se diseñó cada sistema electoral. Por ejemplo, en el Perú se privilegió el empoderamiento ciudadano en contraposición con la fortaleza de las organizaciones partidarias, así como en otros países (Valdez, 2012). No obstante, las condiciones de un sistema de partidos débil, con niveles bajos de confianza en el Congreso, donde los partidos dependen de estructuras paralelas o financiamiento privado para el desempeño electoral (Tuesta, 1996; Pease, 1999; Levitsky, 1999; Tanaka, 2008), hacen que el voto preferencial se vuelva perjudicial para las organizaciones políticas.

Mucho se ha escrito sobre los efectos de este método de votación en distintas dimensiones, pero poco es lo que se ha trabajado sobre la base de los efectos reales

del voto preferencial en los resultados electorales de los congresistas o en cuánto afecta la composición del Congreso. Una mirada a los resultados congresales en las elecciones de 2016 permite indagar más al respecto.

3. LAS ELECCIONES CONGRESALES 2016

Los peruanos escogieron a sus 130 representantes en el Congreso el 10 de abril de 2016. En esos comicios hubo diez listas congresales con candidato presidencial propio y la lista de Alianza Para el Progreso, la cual iba de forma autónoma debido a la exclusión de su candidato César Acuña. De ellas, solo seis obtuvieron escaños en el Congreso³.

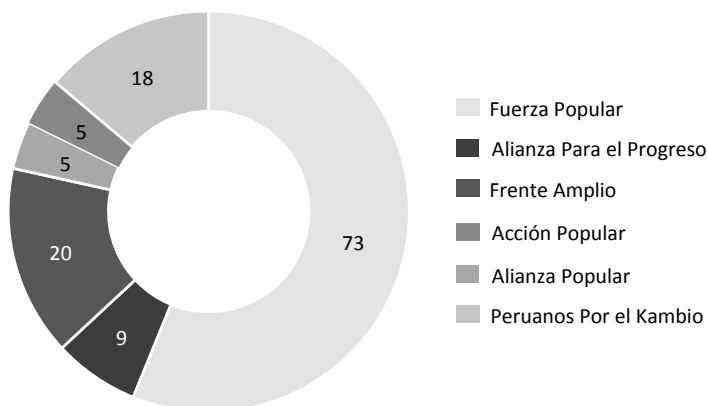
Las impugnaciones —comúnmente llamadas «tachas»— también estuvieron presentes en las listas parlamentarias, siendo el caso más mediático el de Vladimiro Huaroc, quien postulaba con el número 1 de la lista de Fuerza Popular en Junín y fue retirado de las elecciones el 23 de marzo por entregar dádivas en actos de campaña. Otro caso importante fue el de Yovana Villanueva, postulante del Frente Amplio por la región de Huánuco. La candidata fue excluida de su partido el 22 de marzo debido a que había sido sentenciada por terrorismo, hecho que no detalló en su declaración jurada.

Después de que los partidos políticos inscribieran sus listas hubo muchos reacomodos debido a las tachas o a pugnas internas por el orden de estas. Acción Popular en Lima, por ejemplo, movió buena parte de su lista en medio de la campaña electoral, lo cual hizo que algunos candidatos no pudieran colocar su número de lista congresal en la campaña ante la incertidumbre. Este tipo de reacomodos es una prueba de que el orden en la lista que se presenta sigue siendo importante al tener connotaciones especiales en la propaganda electoral (Tuesta, 2012).

Si se observa la distribución de escaños en el nivel nacional del Congreso en el gráfico 2, el sistema proporcional premió la presencia territorial de los partidos políticos, por lo que Fuerza Popular y el Frente Amplio salieron beneficiados pues obtuvieron mayor cantidad de votos en más departamentos del país; mientras que Peruanos Por el Kambio obtuvo una votación centrada en la costa.

³ Progresando Perú, de Miguel Hilario, no presentó candidaturas parlamentarias.

Gráfico 2. Distribución de escaños en el Parlamento peruano 2016-2021



Fuente: ONPE, 2016.

Según datos de Transparencia (2016), el 73% de los congresistas electos son nuevos en las labores parlamentarias mientras que el 27% ha sido reelecto o vuelve tras uno o más períodos. Asimismo, el nuevo Congreso tiene el 27% de representación femenina y un 23,1% de miembros que tienen alguna afiliación política; es decir, pertenecen a un partido político o movimiento regional.

Para analizar el efecto del voto preferencial se puede contrastar el número de los candidatos escogidos con la lista cerrada tal y cual se proponía desde cada partido político en la proporción que la cifra repartidora indica. De este modo, el resultado ideal es el número de asientos asignados por cada partido en cada departamento adecuados en orden tal como debieron haber entrado. Por ejemplo, si en Arequipa el partido Peruanos Por el Kambio obtuvo dos escaños, el resultado ideal para el partido es que hayan entrado los candidatos con el número 1 y 2. La comparación entre dichos escenarios se muestra en la siguiente tabla 1.

El voto preferencial ha afectado de diferente forma a los representantes electos por cada departamento. En seis departamentos la lista parlamentaria y la distribución de escaños según la cifra repartidora se asemeja al 100%, los cuales tienen de dos a cuatro representantes por departamento. El número de departamentos sube si es que no se tiene en cuenta el orden también dentro del número de votos dentro de la misma lista partidaria. De este modo, en más de la mitad de los departamentos (catorce de veinticinco) han entrado los candidatos que encabezaban las listas partidarias; en estos casos, el candidato con un número de orden más alto ha obtenido más votos que otros miembros de su propia lista. Si se observan los otros departamentos, el porcentaje solo desciende por debajo del 50% en Madre de Dios y Moquegua, los cuales solo tienen uno y dos representantes, respectivamente.

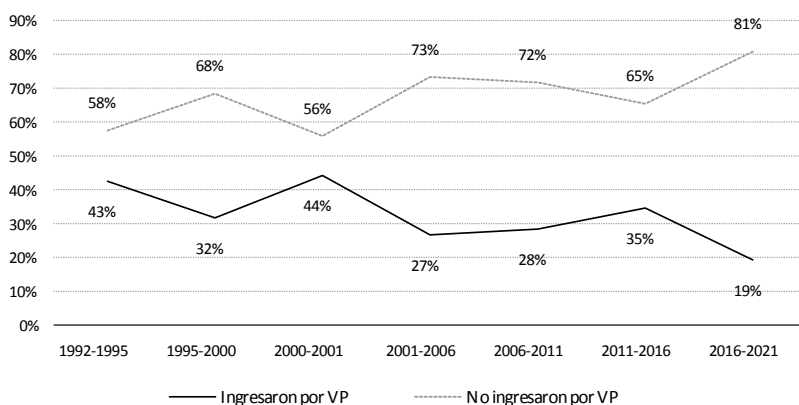
Tabla 1. Voto preferencial por departamentos

| Región | Número de escaños | Porcentaje de congresistas que entraron al Congreso respetando el orden asignado en su lista parlamentaria | Porcentaje de congresistas que no entraron necesariamente en el orden de su lista parlamentaria |
|-----------------|-------------------|--|---|
| Amazonas | 2 | 0% | 100% |
| Áncash | 5 | 20% | 80% |
| Apurímac | 2 | 50% | 50% |
| Arequipa | 6 | 83% | 83% |
| Ayacucho | 3 | 67% | 67% |
| Cajamarca | 6 | 50% | 83% |
| Callao | 4 | 100% | 100% |
| Cusco | 5 | 80% | 80% |
| Huancavelica | 2 | 100% | 100% |
| Huánuco | 3 | 67% | 100% |
| Ica | 4 | 50% | 100% |
| Junín | 5 | 60% | 60% |
| La Libertad | 7 | 43% | 86% |
| Lambayeque | 5 | 40% | 100% |
| Lima | 36 | 17% | 61% |
| Lima Provincias | 4 | 100% | 100% |
| Loreto | 2 | 100% | 100% |
| Madre de Dios | 1 | 0% | 0% |
| Moquegua | 2 | 0% | 0% |
| Pasco | 2 | 100% | 100% |
| Piura | 7 | 57% | 100% |
| Puno | 5 | 0% | 80% |
| San Martín | 4 | 50% | 100% |
| Tacna | 2 | 100% | 100% |
| Tumbes | 2 | 0% | 100% |
| Ucayali | 2 | 0% | 100% |

Fuente: ONPE, 2016.

Si se cuentan los valores nominales de los congresistas electos en comparación a su número de orden en la lista parlamentaria, 58 congresistas (44,6%) fueron escogidos en el mismo orden en el nivel nacional mientras que 105 congresistas lo fueron sin importar el número de votos en relación a su puesto en la lista (81%). De este modo, solo veinticinco parlamentarios entraron al Congreso gracias al voto preferencial, lo cual marca un decrecimiento de los «hijos del voto preferencial» si se le compara con procesos electorales anteriores.

Gráfico 3. Porcentaje de congresistas elegidos por voto preferencial



Fuente: INFOgob.

No solo el voto preferencial se hace presente en diferentes magnitudes en el territorio, sino que en la mayoría de casos el orden de las listas parlamentarias decide qué candidatos logran una curul en el Congreso. Al contrario de los argumentos a favor del voto preferencial, el poder del elector en decidir parece estar supeditado al orden que se establece dentro de cada región.

Para tener un análisis más específico de la influencia del orden de la lista en las elecciones congresales y esbozar algunas hipótesis, nos centraremos en el caso de los resultados finales en la circunscripción de Lima metropolitana y residentes en el extranjero. Dicha región contiene el mayor número de escaños en el nivel nacional (36), además de contener por lo menos un representante de los partidos o alianzas electorales que lograron representación en el Parlamento actual.

4. LIMA BAJO LA LUPA

Al ser la capital del país y contener los votos de los residentes peruanos en el extranjero, la circunscripción de Lima Metropolitana es la más grande del país,

obteniendo 36 curules para una población electoral de poco más de 7 000 000 de personas. En las elecciones congresales de 2016, 6 465 000 personas votaron solamente en esta circunscripción, cuyos votos se distribuyeron según se indica en la tabla 2.

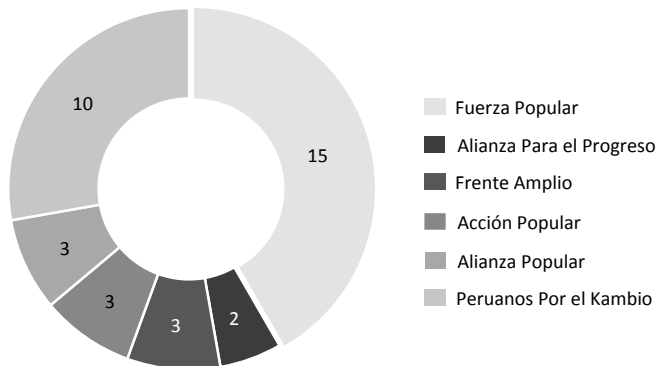
Tabla 2. Total de votos obtenido por partido político o alianza electoral

| Partido o Alianza Política | Votos congresales en Lima |
|---|---------------------------|
| Fuerza Popular* | 1 595 499 |
| Peruanos Por el Kambio* | 1 072 000 |
| El Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad* | 415 738 |
| Alianza Popular* | 379 539 |
| Acción Popular* | 331 148 |
| Alianza Para el Progreso del Perú* | 239 894 |
| Perú Posible | 131 285 |
| Frente Esperanza | 63 821 |
| Democracia Directa | 42 915 |
| Partido Político Orden | 37 970 |

Nota: *Partido o alianza que obtuvo representación en el Parlamento. Fuente: ONPE.

De este modo, solo seis listas parlamentarias pasaron el umbral de representación, y obtuvieron escaños en el Congreso. Dentro de Lima, Fuerza Popular se posicionó como la principal fuerza con quince curules, mientras que Peruanos Por el Kambio obtuvo diez congresistas, cifra que representa la mayoría de sus puestos en el Parlamento. Contrario a su desempeño nacional, el Frente Amplio solo obtuvo tres escaños dentro de la capital, mientras que Acción Popular y Alianza Popular lograron tres parlamentarios cada uno. Finalmente, la lista del partido de Alianza Para el Progreso obtuvo dos congresistas a pesar de no contar con candidato presidencial.

Gráfico 4. Distribución de escaños de Lima en el Congreso peruano 2016-2021



Fuente: ONPE, 2016.

Es necesario destacar que, dentro de los congresistas más votados en Lima, en todos los casos, los candidatos poseían un número entre los cinco primeros de sus respectivas listas, sobresaliendo Kenji Fujimori y Yeni Vilcatoma de Fuerza Popular. Otros candidatos, si bien no llevaban el número uno en sus listas parlamentarias, figuran entre los más votados. Asimismo, la mitad de los congresistas más votados son mujeres de las cuales tres de ellas son de la lista de Fuerza Popular. En Lima Metropolitana parece ocurrir que los que obtienen más votos son los que se encuentran mejor posicionados en la lista electoral.

Tabla 3. Total de votos obtenido por candidato

| Candidato | Partido o Alianza | Total votos preferenciales | Número |
|--------------------------------------|------------------------|----------------------------|--------|
| Kenji Gerardo Fujimori Higuchi | Fuerza Popular | 326 037 | 3 |
| Mercedes Rosalba Araoz Fernández | Peruanos Por el Kambio | 215 233 | 1 |
| Cecilia Isabel Chacón De Vettori | Fuerza Popular | 186 242 | 1 |
| Yeni Vilcatoma De La Cruz | Fuerza Popular | 139 912 | 2 |
| Claude Maurice Mulder Bedoya | Alianza Popular | 122 778 | 1 |
| Carlos Ricardo Bruce Montes De Oca | Peruanos Por el Kambio | 112 377 | 5 |
| Marisa Glave Remy | Frente Amplio | 97 529 | 1 |
| Luz Filomena Salgado Rubianes | Fuerza Popular | 82 183 | 5 |
| Gilbert Félix Violeta López | Peruanos Por el Kambio | 80 944 | 2 |
| Saleh Carlos Salvador Heresi Chicoma | Peruanos Por el Kambio | 78 615 | 4 |

Fuente: INFOgob, *Política* (blog de Fernando Tuesta Soldevilla) y blog de José Incio.

Para profundizar en el análisis del voto preferencial, a partir de los datos registrados en el portal INFOgob y los resultados oficiales de la ONPE, se elaboró una base de datos (ver tabla 4) con la información de cada uno de los candidatos al Congreso por la circunscripción de Lima de las organizaciones políticas que lograron superar el umbral de representación. Las variables consideradas contenían información tanto de carácter electoral como también de características personales de los candidatos a partir de la información declarada en su hoja de vida.

Tabla 4. Variables consideradas en la base de datos

| Variable | Descripción | Fuente |
|--------------------------------------|--|---------|
| Candidato | – | – |
| Partido o alianza por la que postuló | 1: Alianza Popular, 2: Acción Popular, 3: Alianza Para el Progreso, 4: Frente Amplio, 5: Fuerza Popular, 6: Peruanos Por el Cambio | INFOgob |
| Fue electo o no | 0: No; 1: Sí | ONPE |
| Total de votos obtenidos | Número de votos | ONPE |
| Número en la lista | Valores del 1 al 36, según corresponde | INFOgob |
| Cuartil del número en la lista | 1:1-9; 2:10-18; 3: 19-27; 4:28-36 | INFOgob |
| Edad | Edad del candidato | INFOgob |
| Género | Género del candidato | INFOgob |
| Nivel educativo | 1: Primaria; 2: Secundaria; 3: Técnico; 4: No universitaria; 5: Universitaria; 6: Posgrado | INFOgob |
| Ha sido representante antes | 0: No; 1: Sí (en caso haya tenido algún cargo de representación nacional, regional o local) | INFOgob |
| Perteneció al Congreso 2011-2016 | 0: No; 1: Sí | INFOgob |
| Es militante del partido | 0: No; 1: Sí | INFOgob |
| Tiene o ha tenido cargo partidario | 0: No; 1: Sí | INFOgob |

Fuente: INFOgob y ONPE.

Con dicha información, y con el fin de destacar la relación existente entre el número de orden en la lista de candidatos y el número de votos, se ejecutó de forma exploratoria un análisis de correlación preliminar. Este confirma una relación inversa (con signo negativo) y fuerte entre ambas variables (-0,696). En otras palabras, mientras más bajo el número en la lista, más alto el número de votos obtenido.

Tabla 5. Correlación entre votos y número en la lista

| | | | Total de votos obtenido | Número en la lista |
|-----------------|-------------------------|----------------------|-------------------------|--------------------|
| Rho de Spearman | Total de votos obtenido | Coef. de correlación | 1,000 | -0,696** |
| | | Sig. (bilateral) | . | 0,000 |
| | | N | 213 | 213 |
| | Número en la lista | Coef. de correlación | -0,696** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | 0,000 | . |
| | | N | 213 | 213 |

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Establecida la relación que efectivamente poseen ambas variables, el siguiente paso era conocer si las otras variables exploradas de los candidatos tenían algún nivel de relación con el voto. Para ello se planteó un análisis de regresión múltiple tomando como variable dependiente el total de votos obtenido y como variables independientes las variables de la 5 a la 13 (salvo la 6) mencionadas en la tabla 4, y haciendo uso del método de pasos sucesivos para encontrar modelo con el mejor ajuste.

Tabla 6. Resumen del modelo

| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado corregida | Error típ. de la estimación |
|--------|-------------------|------------|----------------------|-----------------------------|
| 1 | ,477 ^a | ,228 | ,224 | 31731,7366 |
| 2 | ,504 ^b | ,254 | ,246 | 31263,8723 |

a. Variables predictoras: (Constante), Número en la lista.

b. Variables predictoras: (Constante), Número en la lista, Perteneció al Congreso 2011-2016.

Tabla 7. Coeficientes del modelo

| Coeficientes ^a | | | | | | |
|---------------------------|----------------------------------|--------------------------------|----------|--------------------------|--------|------|
| Modelo B | | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes tipificados | t | Sig. |
| | | Error típ. | Beta | | | |
| 1 | (Constante) | 47191,835 | 4535,411 | | 10,405 | ,000 |
| | Número en la lista | -1661,762 | 214,886 | -,477 | -7,733 | ,000 |
| 2 | (Constante) | 42438,218 | 4810,510 | | 8,822 | ,000 |
| | Número en la lista | -1499,413 | 220,285 | -,430 | -6,807 | ,000 |
| | Perteneció al Congreso 2011-2016 | 22601,407 | 8469,487 | ,169 | 2,669 | ,008 |

^a Variable dependiente: Total de votos preferenciales obtenidos.

El método de análisis de pasos sucesivos (*listwise*) permite incluir un número de variables y que el *software* seleccione los mejores modelos sobre la base de la significancia de cada una de las variables y el cambio en el R cuadrado. En otras palabras, este método identifica cuáles de las variables incluidas en el análisis tienen efecto sobre la variable dependiente, y qué porcentaje de la variación de la misma logra explicar el modelo. El análisis arrojó que de los dos modelos planteados el segundo era el que poseía el mayor R cuadrado, es decir, un mejor ajuste, explicando aproximadamente el 25% de la variación de la dependiente. Estos modelos omitían las variables de sexo, edad, nivel educativo, experiencia política y cargo partidario, pues, ninguna de ellas tenía un efecto significativo en la variable dependiente de número de votos obtenido. En contraste, las variables «número en la lista» y «pertenencia al Congreso 2011-2016» fueron aquellas con efecto significativo.

Resulta interesante analizar ambos modelos. El primero corresponde a una regresión lineal simple con el número de votos como variable dependiente y el número en la lista como independiente. En este caso, se observa que la constante es 47191 votos y que el coeficiente de la variable independiente es -1,661, lo cual significa que por cada posición adicional en la lista se obtienen aproximadamente 1661 votos menos.

Si revisamos la relación entre los congresistas electos y el número de lista con el que candidatearon en sus respectivos grupos políticos, se puede observar la tendencia con mayor claridad.

Tabla 8. Congresistas electos por grupos de número de lista

| Número de lista | Fue electo o no | | | |
|-----------------|-----------------|------------|----------|------------|
| | Sí | | No | |
| | Cantidad | Porcentaje | Cantidad | Porcentaje |
| 1-9 | 24 | 46,15% | 28 | 53,85% |
| 10-18 | 9 | 16,98% | 44 | 83,02% |
| 19-27 | 2 | 3,7% | 52 | 96,3% |
| 28-36 | 1 | 1,85% | 53 | 98,15% |

Fuentes: INFOgob, *Política* (blog de Fernando Tuesta Soldevilla) y blog de José Incio.

El segundo modelo considera, además de la variable independiente «número en la lista», la variable independiente «pertenencia al Congreso 2011-2016». En este caso, la constante se reduce a 42 438 votos. Al incluir los efectos principales de cada una de las dos variables en el análisis, el coeficiente de la variable «número en la lista» se reduce a 1499 413 lo cual significa que por cada número adicional en la lista los candidatos obtienen casi 1500 votos menos. En el caso de si se trata de un candidato que busca la reelección, el efecto a diferencia del número de lista, es positivo. En este caso, un candidato que efectivamente perteneció al Congreso 2011-2016 obtiene en promedio 22 601 votos adicionales que uno que no tentó la reelección inmediata.

Habiendo incluido otras variables, y al no ser significativa ninguna de ellas, todo parece indicar que en las elecciones parlamentarias el número de la lista y el intento de reelección resultan elementos fundamentales. No obstante, tal como se mencionó en el párrafo previo, el segundo modelo mostrado considera los efectos principales de ambas variables respecto de la variable dependiente.

La pregunta que resulta obvia es, ¿qué pasa si no se trata de un modelo aditivo —como el del modelo 2— sino lineal con interacción. En otras palabras, ¿qué efecto tiene la interacción entre un candidato que perteneció al Congreso saliente frente a un candidato con el mismo número de lista pero que no perteneció al Congreso saliente? Para explorar esto se realizó un modelo de mínimos cuadrados ordinarios con interacción tomando como dependiente el número de votos y como independientes nuevamente el número en la lista y si había pertenecido al Congreso 2011-2016; sin embargo, en este caso, se incluyeron ambas variables a modo de interacción para conocer su efecto conjunto.

Este tercer modelo es también significativo de acuerdo a la prueba ómnibus⁴. Como se puede observar, la constante se mantiene cercana a los valores obtenidos en los primeros dos modelos. En este caso, el intercepto parte de 46314 votos. Dicho esto, lo interesante está en la interacción de las dos variables. Al introducir la variable número en la lista interactuando con un candidato que no perteneció al Congreso saliente, el efecto es significativo y sigue siendo negativo, reduciendo 1646 votos por cada número adicional en la lista. Sin embargo, la interacción entre la variable número en la lista con un candidato que perteneció al Congreso saliente deja de ser significativa.

Tabla 9. Estimaciones de los parámetros del modelo 3

| Estimaciones de los parámetros | | | | | | | |
|--------------------------------|-----------------------|------------|------------------------------------|-----------|------------------------|-----|------|
| Parámetro | B | Típ. Error | Intervalo de confianza de Wald 95% | | Contraste de hipótesis | | |
| | | | Inferior | Superior | Chi-cuadrado de Wald | gl. | Sig. |
| (Intersección) | 46314,534 | 4446,0699 | 37600,397 | 55028,671 | 108,513 | 1 | ,000 |
| [congreso_2011=,0] * Numero | -1646,610 | 207,2713 | -2052,854 | -1240,366 | 63,111 | 1 | ,000 |
| [congreso_2011=1,0] * Numero | -748,024 | 681,8790 | -2084,482 | 588,435 | 1,203 | 1 | ,273 |
| Escala | 9,612E+8 ^a | 93577762,1 | 794195093 | 1,16E+9 | – | – | – |

Variable dependiente: Total de votos preferenciales obtenidos.

Modelo: (Intersección), congreso_2011 * Número.

^a Estimación de máxima verosimilitud.

Esto nos permite pensar que lo que realmente importa es el número en la lista que tiene un candidato. Quienes tienen números cercanos al 1 poseen una ventaja considerable frente a quienes obtienen un lugar cercano al 36. En otras palabras, la probabilidad de éxito electoral es mayor para quienes ocupan una posición en el rango 1 al 18, y es mucho menor para aquellos que tienen un número de lista entre el 19 y 36.

⁴ La prueba ómnibus contrasta si la varianza explicada en un conjunto de datos es significativamente mayor que la varianza no explicada.

4.1. Si el número importa, ¿qué determina a quién se asigna cada una de las posiciones de la lista?

Tal como se ha observado, el número resulta el único factor que tiene un efecto significativo en el número de votos obtenido. Siendo tan importante, o en todo caso, siendo lo único que importa, ¿existen factores que expliquen quiénes obtienen una mejor posición en la lista de cada partido?

Para determinar esto se hizo un análisis similar. Se partió de un análisis de regresión lineal tomando el número en la lista como variable dependiente y las variables edad, sexo, nivel educativo, si ha sido representante, si perteneció al Congreso 2011-2016, si es militante del partido o si tiene o ha tenido un cargo partidario. Haciendo uso del método de pasos sucesivos, el mejor modelo (con un R cuadrado de 0,149) es el siguiente:

Tabla 10. Factores relacionados con el número de lista

| | | Coeficientes ^a | | | | |
|----------|---------------------------------------|--------------------------------|-------|--------------------------|--------|------|
| Modelo B | | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes tipificados | t | Sig. |
| | | Error típ. | Beta | | | |
| 3 | (Constante) | 21,291 | ,841 | | 25,313 | ,000 |
| | Tiene o ha tenido un cargo partidario | -5,789 | 1,667 | -,230 | -3,473 | ,001 |
| | Perteneció al Congreso 2011-2016 | -6,456 | 2,768 | -,168 | -2,332 | ,021 |
| | Ha sido previamente representante | -3,678 | 1,628 | -,165 | -2,259 | ,025 |

^a Variable dependiente: Número en la lista.

Tal como se señala en la tabla anterior, las variables seleccionadas son solamente «tiene o ha tenido un cargo partidario», «perteneció al Congreso 2011-2016» y «ha sido previamente representante». Esto significa que el método de pasos sucesivos omitió las variables de edad género, nivel educativo o ser militante pues no resultaron significativas para el análisis. No obstante, ser representante partidario, pertenecer al Congreso saliente o tener experiencia como representante resultan ser tres variables que efectivamente poseen un efecto en la asignación del número de lista. En los tres casos son variables significativas y poseen un efecto inverso. En el caso de la variable «es representante partidario», aquellos que efectivamente

lo fueron consiguen en promedio un número cinco posiciones más cercanas al uno que aquellos que no son representantes partidarios.

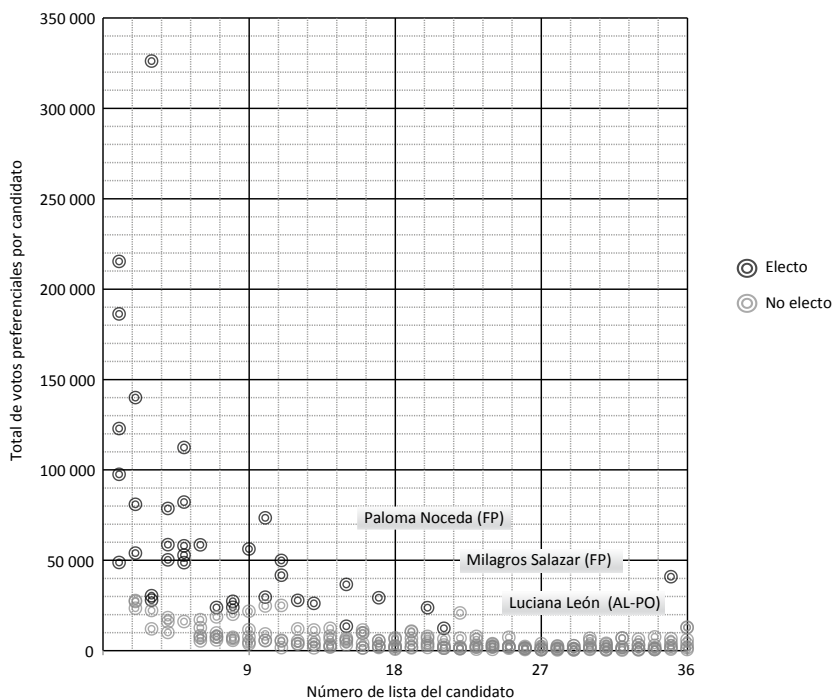
Del mismo modo, si el candidato perteneció al Congreso 2011-2016 tiene en promedio un número seis posiciones mejor que uno que no perteneció al Congreso saliente. Finalmente, los candidatos que previamente fueron representantes (ya sea diputado, congresista, alcalde provincial o distrital, regidor provincial o distrital) obtienen un número de lista en promedio tres posiciones mejor que quienes no han sido representantes antes de la elección.

La evidencia encontrada en Lima sugiere que la experiencia política y partidaria se premia dentro del orden de las listas partidarias, el cual estaría, al mismo tiempo, relacionado con obtener mayor votación y así entrar al Congreso. Por ejemplo, Kenji Fujimori —quien fue el congresista más votado— candidateó con el número tres y poseía las tres variables relacionadas con el número de lista: iba a la reelección, tenía experiencia política y además el cargo de Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales en Fuerza Popular.

No obstante, las elecciones de 2016 también muestran casos en los cuales el modelo no puede explicar el número de votos obtenidos. El caso más extremo es el de Luciana León, candidata por Alianza Popular con el número 35, el penúltimo número de la lista. Dado que postulaba a la reelección y por ende tenía experiencia política, el modelo no podría explicar su posición en la lista parlamentaria. Con respecto a su votación, León fue congresista desde el 2006 en donde tuvo un especial trato mediático por su juventud, lo cual, sumado a la experiencia en campañas electorales que ya había ganado, podrían explicar su alta votación teniendo un número tan alejado del número 1.

Del otro extremo, Carmen Rosa Aguilar, secretaria de la mujer de Acción Popular, postuló con el número tres en la lista parlamentaria de su partido. Sin embargo, su nivel de votación fue mucho menor a que otros candidatos con números cercanos al suyo. La presencia en medios de otros candidatos más conocidos primó en el voto preferencial, además de que su agrupación no obtuvo muchos votos en comparación a otras listas. De este modo, existen otras variables como exposición mediática o votos por el partido político que influyen también en la elección del voto preferencial: el modelo no explica todas las votaciones, pero es un buen comienzo para indagar en torno a la real influencia del orden de la lista parlamentaria.

Gráfico 5. Casos atípicos



Fuente: ONPE, 2016.

5. CONCLUSIONES

Este artículo ofrece más luces sobre el uso e influencia del voto preferencial en las elecciones legislativas peruanas y así otorga un aspecto más analítico dentro de la discusión normativa en cuanto a la idoneidad de dicho mecanismo electoral en nuestro país, con lo cual podemos esbozar algunas conclusiones.

En primer lugar, la influencia del voto preferencial en los resultados es dispar en los departamentos del país. En las elecciones 2016 hubo doce circunscripciones que se vieron más afectadas mientras que en catorce el voto no tuvo efecto en los congresistas que fueron electos. No obstante, si contamos a los representantes que entraron gracias al voto preferencial a lo largo de los procesos electoral, encontramos que la tendencia al crecimiento de estos parlamentarios decrece abruptamente en 2016, año en el que pasan de 35% a 19% de representantes electos.

Analizando las votaciones en la circunscripción de Lima, los congresistas más votados nos dan una pista de qué factores pueden influir en el voto. Así, a través del análisis de las votaciones dentro de las seis listas partidarias que lograron

representación en Lima, el número de lista y —en menor medida— la reelección fueron los únicos elementos significativos para obtener mayor número de votos. La relación hallada a través del análisis estadístico permite señalar que un mayor número de orden dentro de la lista parlamentaria menor la cantidad de votos obtenidos en los resultados de esta elección.

Tomando en consideración cuán importante resulta el número de orden, se identificó que tener o haber tenido un cargo partidario, haber pertenecido al Congreso 2011-2016 y haber tenido un cargo de representación previamente son características significativas para determinar el orden de un candidato en la lista al Congreso en 2016. Así, un candidato a la reelección tiene en promedio un número seis veces inferior a un candidato que no perteneció al Congreso saliente. Del mismo modo, un candidato que ha tenido o tiene algún cargo partidario posee, en promedio, un número cinco veces menor a un candidato que no lo es. Y finalmente, un candidato que ha sido previamente representante obtiene en promedio un número de tres posiciones menor que un candidato sin experiencia previa.

Si bien estas variables no explican todo el proceso de democracia interna en la designación de los lugares, aportan una aproximación acerca de la influencia de la experiencia política y la designación de un cargo directivo dentro del partido para obtener un buen número y, con ello, mayores probabilidades de entrar al Congreso.

Se encuentra entonces que, si bien el elector limeño tiene el poder de elección dentro de una lista de candidatos propuestos por las organizaciones, hay mayor probabilidad que vote por los números más cercanos al uno. Dicho de otro modo, el elector, a través de su voto preferencial, ha respetado el orden que han propuesto las organizaciones políticas, las cuales fueron las que tuvieron mayor poder de influencia respecto a quiénes entran al Congreso de 2016.

Ciertamente podría haber muchos factores que influyen en el votante como el desconocimiento de los candidatos, la exposición mediática que poseen los primeros lugares a las candidaturas del Congreso, el financiamiento de las campañas de los postulantes, entre otros. Asimismo, hay factores de arrastre electoral, como la predominancia de Fuerza Popular en el nivel territorial que influyen el voto parlamentario, que también influyen en que el poder del voto preferencia haya decrecido. Es por ello que resulta necesario análisis más exhaustivos en torno a las elecciones congresales a través de los procesos electorales para, entre otras cosas, conocer mejor los criterios de formación de las listas congresales y determinar si el voto preferencial cumple con los objetivos por los que fue implementado.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcántara, Manuel & Flavia Freidenberg (2001). Organización y funcionamiento interno de los partidos políticos en América Latina. En Manuel Alcántara (ed.), *Partidos políticos de América Latina: Cono Sur* (pp. 11-32). Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Asociación Civil Transparencia (2016). *Perfil del Congreso de la República, 2016-2021*. Lima: Transparencia. http://www.transparencia.org.pe/admin//ckfinder/userfiles/files/Perfil%20del%20Congreso_final.pdf. Fecha de consulta: 9 de noviembre de 2016.
- Brenes Villalobos, Luis Diego & Mario Andrés Matarrita Arroyo (2012). Efectos colaterales del voto preferente. *Derecho Electoral*, 14, 42-62.
- Campos, Milagros (2009). Disciplina partidaria en el Congreso peruano. En Aldo Panfichi (coord.), *La ciencia política en el Perú de hoy* (pp. 89-132). Lima: CISEPA.
- Carey, John & Matthew Shugart (1995). Incentives to Cultivate a Personal Vote: A Rank Ordering of Electoral Formulas. *Electoral Studies*, 14(4), 417-439.
- Degregori, Carlos Iván & Carlos Meléndez (2007). *El nacimiento de los otorongos. El Congreso de la República durante los gobiernos de Alberto Fujimori (1990-2000)*. Lima: IEP.
- Degregori, Carlos Iván (2012). *La década de la antipolítica. Auge y huida de Alberto Fujimori y Vladimiro Montesinos*. Lima: IEP.
- Frech, Elena (2016). Re-Electing MEPs: The Factors Determining Re-Election Probabilities. *European Union Politics*, 17(1), 69-90.
- Fusades-Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (2015). *El impacto del «voto cruzado» en las elecciones legislativas de marzo de 2015*. Antiguo Cuscatlán: DEP.
- Levitsky, Steven (1999). Fujimori and Post-Party Politics in Peru. *Journal of Democracy*, 10(3), 78-92.
- Mendoza Rodríguez, Fausto (2013). Voto preferencial en la República Dominicana. *Derecho Electoral*, 15, 244-250.
- Nohlen, Dieter (2004). *Sistemas electorales y partidos políticos*. México DF: FCE.
- Pease García, Henry (1999). *Electores, partidos y representantes: sistema electoral, sistema de partidos y sistema de gobierno en el Perú*. Lima: PUCP, Departamento de Ciencias Sociales.

- Romero, Salvador (2015). Perspectiva comparada de la evolución y los efectos del voto preferente en América Latina. En Fusades, *El impacto del «voto cruzado» en las elecciones legislativas de marzo de 2015* (pp. 3-12). Antigua Cuscatlán: DEP.
- Spierings, Niels & Kristof Jacobs (2014). Getting Personal? The Impact of Social Media on Preferential Voting. *Political Behaviour*, 36, 215-234.
- Tanaka, Martín (2008). *Informe final: el sistema de partidos «realmente existente» en el Perú, los desafíos de la construcción de una representación política nacional y cómo enrumbar la reforma política*. Lima: IEP.
- Tuesta Soldevilla, Fernando (ed.) (1996). *Los enigmas del poder: Fujimori 1990-1996*. Lima: Fundación Friedrich Ebert.
- Tuesta Soldevilla, Fernando (2012). Un voto letal: el voto preferencial y los partidos políticos en el Perú. *Politai*, 4(7), 107-118.
- Valdés Escoffery, Eduardo (2013). Experiencia con el voto selectivo o preferencial en la República de Panamá. *Derecho Electoral*, 15, 226-243.
- Zovatto, Daniel & Ileana Aguilar (2013). Algunas consideraciones sobre el uso del voto preferencial y sus efectos en los sistemas democráticos. *Derecho Electoral*, 15, 210-225.

TRANSFUGUISMO Y REELECCIÓN: ¿UNA FORMA DE SOBREVIVIR EN LA POLÍTICA?

Milagros Campos

El proceso político de 2016 fue peculiar en muchos aspectos; el de las listas parlamentarias fue uno de ellos. Hasta dieciocho partidos o alianzas de partidos solicitaron la inscripción de listas para las elecciones parlamentarias. Solo once participaron del proceso electoral. En pleno proceso electoral, se publicó la ley 30414, que modifica las reglas para la cancelación de la inscripción de los partidos políticos. Algunos con pocas opciones prefirieron por retirarse y no poner en riesgo su inscripción. Esa fue la decisión de seis agrupaciones entre las cuales se encontraba el partido de gobierno, Partido Nacionalista Peruano, así como de la alianza electoral Solidaridad Nacional-Unión Por el Perú del alcalde de Lima, ambos con representación parlamentaria. La lista del partido Todos Por el Perú no fue inscrita por el incumplimiento de requisitos formales.

De los 130 congresistas electos en el 2011, 75 inscribieron sus candidaturas para la reelección. Lo peculiar: veintiuno postularon en listas diferentes a las que postularon en el período anterior.

El artículo analiza estos casos desde un enfoque teórico empírico, en el marco del neoinstitucionalismo y la elección racional. Las instituciones influyen en las estrategias de los actores para conseguir sus logros. Rothstein (1996, p. 146) explica que las instituciones determinan los actores legitimados, la información de la que dispone cada uno en relación con el otro. De otro lado, el sello distintivo del enfoque de la elección racional —*rational choice*— respecto de las instituciones es analizar cómo las instituciones influyen en los resultados (Rothstein, 1996, p. 174). Los congresistas son actores que están motivados por decisiones racionales. El cambio de grupo parlamentario ha sido vinculado en diversos estudios a la búsqueda de la reelección (Mershon & Shvetsova, 2008, 2014; Vargas, 2013). En el caso peruano, la alta volatilidad electoral genera incentivos para buscar la reelección en listas de

partidos con más opciones que aquellas que les ofrecen los partidos con los que obtuvieron el escaño. ¿Se trata de un caso de transfuguismo parlamentario? ¿La decisión de postular en otra lista motiva el transfuguismo? ¿El congresista que busca la reelección en otro partido fue invitado o afiliado? ¿Existe un marco normativo que lo incentiva o tolera? ¿El contexto de alta volatilidad y partidos políticos débiles explican el transfuguismo? ¿Existen algunos elementos del sistema electoral que incentivan el cambio de lista para buscar la reelección?

El artículo analiza el contexto de las elecciones parlamentarias de 2016. En una primera parte se presenta el tema central: la postulación de congresistas a la reelección en listas diferentes a aquellas en las que obtuvieron su escaño. Se analiza la incidencia por partido y circunscripción electoral. Una segunda parte explora si se trata de un caso de transfuguismo parlamentario o de una nueva categoría: el transfuguismo electoral. Finalmente, se presenta un hecho peculiar, congresistas que postularon en listas diferentes estando en el mismo grupo parlamentario.

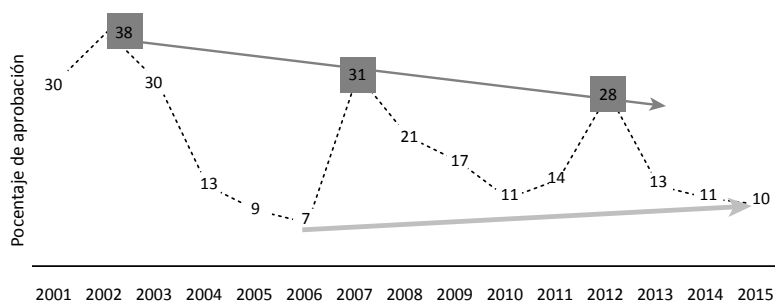
1. CONTEXTO

Cuando se describe el Congreso peruano suele referirse a los problemas derivados de la falta de legitimidad, crisis de representación, transfuguismo y alta fragmentación. El dilema principal cuando se abordan las reformas al Congreso es que muchos de los males que caracterizan la llamada crisis parlamentaria, son el reflejo de problemas institucionales, pues la mayor parte de sus problemas tienen su origen y solución fuera de él. El buen funcionamiento del Congreso no solo depende de las reglas institucionales, formales e informales; en gran medida depende también de los partidos políticos y de las normas electorales que regulan la elección de los parlamentarios.

Diversos estudios asocian la gobernabilidad democrática con la confianza de los ciudadanos en las instituciones. Los congresos no suelen ser instituciones populares, a pesar de su origen en el voto popular, y de estar destinados a canalizar las demandas ciudadanas. La desaprobación y la desconfianza de los congresos han sido constantes en los períodos legislativos pasados. Hay evidencia de que la desconfianza en los congresos es una variable dependiente. El estudio de García Montero (2012) muestra que esta varía conjunta y linealmente con los grados de confianza de los partidos políticos y el presidente.

La desconfianza en las instituciones políticas en el Perú es la más alta de la región y lo es particularmente en relación a su Poder Legislativo. Como puede observarse en el gráfico 1, la aprobación del Congreso desde el año 2001 ha sido baja.

Gráfico 1. Aprobación del Congreso de la República, 2001-2015

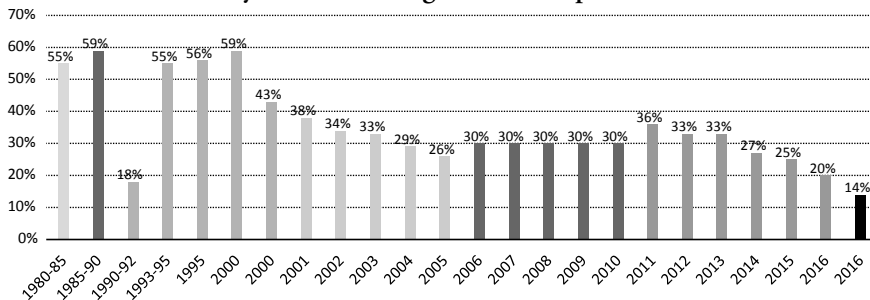


Fuente: Ipsos Perú, 2016.

Desde 2001, los gobiernos elegidos con altos niveles de confianza en los organismos electorales, en un contexto de crecimiento económico, carecieron de mayoría absoluta. Algunas variables explicativas pueden buscarse en la cultura política, las formas de elección de los parlamentarios, el funcionamiento del Congreso y la demanda de mayor transparencia. Algunos autores han considerado que se trata de una crisis de representación en el nivel global y que el modelo de representación partidaria se ha agotado. Pero en el Perú la situación es diferente, pues no hubo una partidocracia consolidada que superar. Durante el siglo XX más fueron los gobiernos que entraron por golpe de Estado que los democráticos. Actualmente, el ejercicio de la política es bien personalizado, particularmente en el Parlamento. Es frecuente encontrar políticos sin partidos y partidos sin políticos.

Uno de los fenómenos políticos que ha contribuido a esta desconfianza ha sido el transfuguismo, que ha marcado a los congresos que han funcionado desde el año 2000. Sus características a partir de 2001, sin embargo, han sido muy diferentes y se han relacionado con problemas derivados de la debilidad institucional. En un contexto de alta volatilidad electoral, partidos políticos débiles o inexistentes, sin organización, recursos ni estructura, con un número importante de invitados como candidatos a cargos de elección y procedimientos poco conocidos de reclutamiento de candidatos, con adscripciones espontáneas que no generan lealtades, el transfuguismo ha sido consecuencia de estos hechos y causa de otros problemas institucionales.

Gráfico 2. Mayorías en el Congreso de la República, 2001-2015



Fuente: Jurado Nacional de Elecciones (JNE), 2015.

Nótese que en el período 1995-2000, el partido de gobierno incrementa el número de miembros del grupo parlamentario. La variación de la bancada de gobierno en los períodos legislativos 2001-2006 y 2011-2016 se reduce en 32% y 44% respectivamente. Si bien en el período legislativo 2006-2011 la bancada del gobierno aprista, no sufre transformación alguna, si ocurre con las de oposición las que se escindieron, fragmentando aún más el Congreso que pasó de tener cinco grupos parlamentarios a ocho.

El Perú, comparado con otros países, tiene bajas tasas de reelección inmediata. En el proceso electoral de 2006 fue 14%; en el 2011, 19% y, en el último proceso electoral, 24%. Los porcentajes de reelección de los partidos políticos que dejan el gobierno son significativamente menores. Los gobiernos finalizan sus períodos deslegitimados, hecho que se refleja en el resultado electoral y composición del Congreso en el período siguiente, como puede observarse en la tabla 1.

Tabla 1. Resultado electoral

| Período | Número de escaños al inicio del gobierno | Número de escaños al final del gobierno | Número de escaños período siguiente |
|-----------|--|---|-------------------------------------|
| 2001-2006 | 47 | 32 | 2 |
| 2006-2011 | 36 | 36 | 4 |
| 2011-2016 | 47 | 27 | 0 |

Fuente: Congreso de la República, 2016.

Este hecho ha generado que algunos congresistas se acomoden en otros partidos de cara al próximo proceso electoral, con el fin de buscar la reelección que no obtendrían en el partido con el que consiguieron un escaño.

2. LAS ELECCIONES PARLAMENTARIAS DE 2016: REELECCIÓN, TRANSFUGUISMO Y CARRERAS POLÍTICAS

De acuerdo al cronograma electoral, las elecciones generales fueron convocadas el 13 de noviembre de 2015, se constituyeron alianzas electorales el 12 de diciembre y el 11 de enero de 2016 se inscribieron las planchas presidenciales. El 17 de enero se publicó la ley 30414 que modificó la Ley de Partidos Políticos en varios aspectos relacionados con el proceso electoral; entre ellos el referido a la cancelación de la inscripción de los partidos políticos, permitiéndoles mantenerla si no participaban en un proceso electoral. Como consecuencia de esta norma, algunos partidos políticos que tenían baja intención de voto resolvieron apartarse del proceso electoral y preservar la inscripción del partido, pues la misma ley precisa que si no alcanza al menos seis representantes al Congreso en más de una circunscripción electoral o al menos el cinco por ciento de los votos válidos en el nivel nacional perderían la inscripción. Por este motivo, buena parte de los 75 congresistas que inscribieron sus candidaturas para la reelección retiraron sus candidaturas; otros renunciaron⁵.

Para el día de las elecciones quedaron 53 candidaturas vigentes postulando a reelección inmediata. De ellos, catorce buscaban su tercer período y solo tres su cuarto período consecutivo. 32 (60%) de ellos fueron candidatos en el mismo partido, veintiún (40%) candidatos a la reelección cambiaron de partido para el proceso electoral de 2016⁶. Quince estaban afiliados y tuvieron que renunciar para postular en otras listas. La entonces vigente Ley de Partidos Políticos prescribía que no podrían inscribirse, como candidatos en otros partidos políticos, movimientos u organizaciones políticas locales, los afiliados a un partido político inscrito, a menos que hubiesen renunciado con cinco meses de anticipación a la fecha del cierre de las inscripciones del proceso electoral que corresponda, o cuenten con autorización expresa del partido político al que pertenecen⁷. La mayoría, ocho, lo hicieron durante el año anterior a las elecciones y cinco en el límite legal. Dos habían sido expulsados de sus partidos con anterioridad al proceso electoral. Seis fueron invitados en sus listas y se habían mantenido como independientes.

⁵ Retiraron la lista el partido Nacionalista, la alianza electoral Solidaridad Nacional-Unión Por el Perú, el partido Humanista Peruano, Perú Libertario, Perú Nación. Otros candidatos como Roberto Angulo y Humberto Lay renunciaron por motivos personales.

⁶ Entre ellos no se considera a quienes van en el mismo partido, pero en una alianza diferente.

⁷ El artículo 18 que se cita fue modificado mediante ley 30414, publicada el 17 de enero de 2016, cambiando el plazo de renuncia a un año de anticipación a la fecha del cierre de las inscripciones del proceso electoral que corresponda. Debido a la prohibición de aplicar las normas retroactivamente, este plazo sería aplicable en los nuevos procesos electorales.

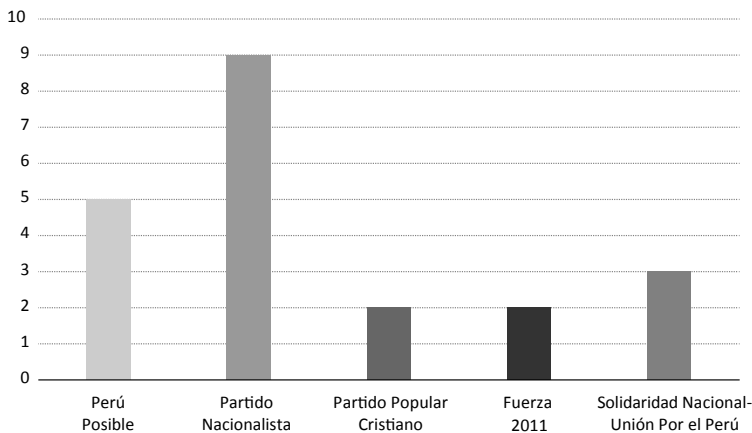
Tabla 2. Congresistas que postularon a la reelección

| | |
|--|----|
| Total de congresistas cuyas candidaturas quedaron inscritas | 53 |
| Cambiaron de partido | 21 |
| Renunciaron a los partidos políticos a los que estaban afiliados | 15 |
| Invitados postulando en otras listas | 6 |

Fuente: JNE.

En la tabla 2 no se considera a quienes postularon en otras listas, pero sí en el mismo partido, lo que habría constituido una alianza electoral diferente. Como puede observarse, 71% de quienes cambiaron de partido estaban inscritos como afiliados.

Gráfico 3. ¿Qué partido dejaron quienes postularon en otras listas?



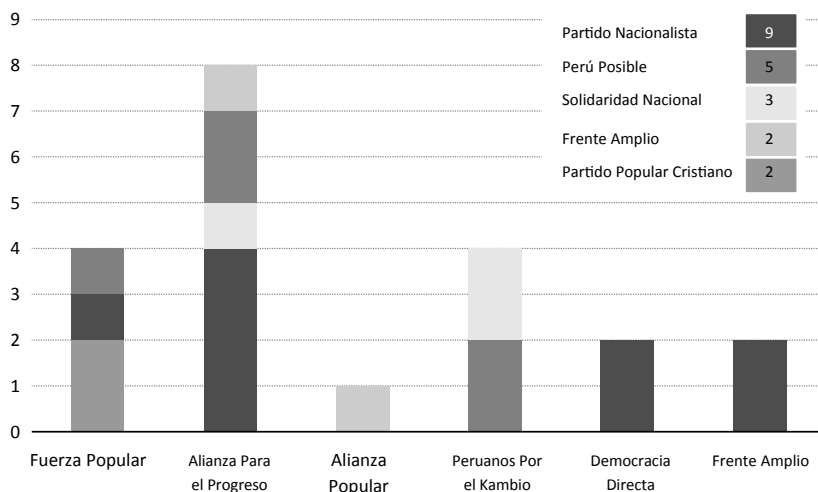
Fuente: JNE, 2016.

La mayor parte abandonó el partido de gobierno. Salvo Fuerza Popular, ninguno de los partidos políticos mencionados en el gráfico 3 obtuvo escaños en el proceso electoral. La decisión de cambiar de partido de los congresistas que buscaron la reelección parece estar motivada por una opción racional destinada a lograr mayores opciones para continuar con la carrera política iniciada.

Cuando se explica el transfuguismo se señala que este se explica en muchos casos por el cambio ideológico del congresista o del partido (Tomas Ballén, 2002). En el caso peruano, entre quienes postulan en otras listas, se observa más bien posiciones pragmáticas y poco relacionadas con los programas de los partidos los que

adscribieron en el pasado. El gráfico 4 muestra que dos candidatos que postularon a la reelección por Fuerza Popular lo hicieron en 2011 en listas que fueron histórica e ideológicamente distantes del fujimorismo-Perú Posible y el Partido Nacionalista; otros dos habían postulado por el Partido Popular Cristiano en la Alianza Por el Gran Cambio. Alianza Para el Progreso incorporó a sus filas a quienes habían ganado sus escaños en las listas del Partido Nacionalista, Solidaridad Nacional, Perú Posible y Fuerza Popular. Alianza Popular, que reunió al APRA y al Partido Popular Cristiano, convocó a un congresista de Fuerza Popular. Peruanos Por el Kambio, Democracia Directa y el Frente Amplio no tenían representación parlamentaria en el Congreso 2011-2016 y convocaron a congresistas que postularon previamente por Perú Posible, Partido Nacionalista y Solidaridad Nacional.

Gráfico 4. ¿Adónde fueron los que cambiaron de partido?



Fuente: JNE, 2016.

A partir de lo señalado, podemos encontrar que postular a la reelección en partidos diferentes a aquel en el que obtuvieron escaños responde a situaciones muy diferentes:

- a) Políticos que postulan en otra lista, pero en el mismo partido político. Se trata de decisiones colectivas que postulan al partido en una alianza electoral diferente a la del período anterior⁸.

⁸ Es el caso de los congresistas del APRA y del Partido Popular Cristiano que postularon a la reelección por la lista Alianza Popular, alianza electoral que conformaron los citados partidos con Vamos Perú. En las elecciones de 2011, el Partido Popular Cristiano formó una alianza electoral denominada Alianza Por el Gran Cambio con los partidos Alianza Para el Progreso, Partido Humanista

- b) Políticos que renuncian a su partido o son separados y postulan en otra lista⁹.
- c) Políticos que renuncian con ocasión de las elecciones y postulan en otra lista¹⁰.
- d) Políticos que son invitados y van en listas diferentes a aquellas por las que obtuvieron previamente un escaño¹¹.

Aun cuando existen desavenencias que motivan la renuncia a los partidos, encontramos que la búsqueda de la reelección fue el móvil más frecuente para cambiar de partido. Nótese que al menos ocho de los quince afiliados renunciaron en el año anterior a las elecciones. En cinco casos se mantuvieron en sus grupos parlamentarios originales, hecho peculiar que será desarrollado más adelante.

3. EL IMPACTO DEL SISTEMA ELECTORAL

Generalmente se asocia a la debilidad de los partidos políticos y ejercicio personalizado de la política la elección de los congresistas mediante el sistema de listas cerradas y no bloqueadas. El voto preferencial es uno de los temas más debatidos en el sistema electoral parlamentario. Por este motivo, analizamos la posible relación entre transfuguismo y voto preferencial. En el período legislativo 2001-2006 de los veinticuatro congresistas que se apartaron de sus bancadas, siete fueron electos por voto preferencial. En el período 2006-2011, catorce cambiaron de bancada; de ellos cinco fueron elegidos por voto preferencial. Finalmente, entre el 2011 y 2016, de los 36 congresistas que se apartaron de sus grupos, ocho fueron elegidos por voto preferencial. En promedio, 30% de los que dejaron sus grupos parlamentarios fueron electos por voto preferencial.

Peruano y Restauración Nacional. También es el caso de los congresistas de Alianza Para el Progreso, Somos Perú y Restauración Nacional que postularon en esta elección en la lista de Alianza Para el Progreso del Perú en alianza electoral. Acción Popular postuló en alianza con Perú Posible y Somos Perú en 2011, en este proceso participaron sin alianza electoral alguna. Ninguno de estos casos ha sido incluido en el estudio pues postulan en el mismo partido político.

⁹ Al inicio del período legislativo 2011-2016 un congresista de Perú Posible fue separado de su partido político, se integró a otro grupo parlamentario y fue reelecto en otra lista en 2016. El Partido Nacionalista separó a un parlamentario que se integró a otro grupo y postuló sin éxito a la reelección. Durante el período congresistas que fueron electos en las listas de Alianza Por el Gran Cambio, Perú Posible y el Partido Nacionalista renunciaron a sus partidos y grupos parlamentarios formando otros nuevos. Postularon en otras listas.

¹⁰ El Partido Nacionalista, Solidaridad Nacional y el Partido Popular Cristiano sufrieron bajas por motivo de la proximidad del proceso electoral. Los renunciantes postularon en otras listas.

¹¹ Fuerza 2011, Perú Posible y el Partido Nacionalista postularon en sus listas a congresistas que buscaron la reelección en otras listas.

En las elecciones de 2016, seis de los veintiuno que postulan en otras listas, habían sido elegidos gracias al voto preferencial.

Tabla 3. Congresistas elegidos por voto preferencial que se apartaron de sus grupos parlamentarios

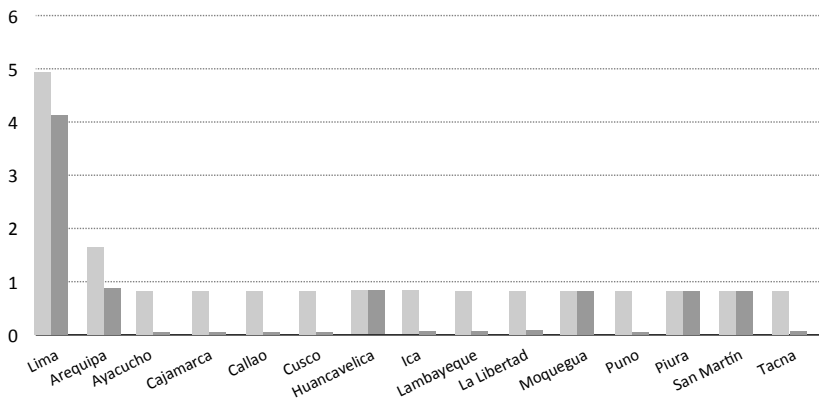
| Período legislativo | Congresistas que se apartaron de sus grupos parlamentarios | Electos por voto preferencial |
|---------------------|--|-------------------------------|
| 2001-2006 | 24 | 7 |
| 2006-2011 | 14 | 5 |
| 2011-2016 | 36 | 8 |

Fuente: JNE.

El voto preferencial tiene defensores y detractores. En la medida que personaliza el voto, quiénes los defienden consideran que el elector puede elegir al mejor de la lista. Los congresistas que postulan a la reelección consideran que pueden trasladar fácilmente los votos obtenidos de una a otra lista. Delgado Guembes (2009, p. 236) sostiene que el voto preferencial puede incentivar la defección partidaria. Encuentra que el mejoramiento de la posición en la que es electo el congresista incentiva el transfuguismo, mientras que empeoramiento no lo hace. En las elecciones de 2016, de los veintiún casos analizados, diez de los congresistas habían mejorado su posición en la elección de 2011; siete la mantuvieron y cuatro la empeoraron. De las veintiuna candidaturas ocho mejoraron su ubicación o mantuvieron el número uno en la lista que los acogió para postular a la reelección en 2016. Se constata que la lista es la locomotora y moviliza a quienes postulan en listas diferentes a las que postularon en el pasado. La elección de la lista resulta fundamental para favorecer la carrera política.

En relación con las circunscripciones electorales, la incidencia de los congresistas que buscan la reelección en otras listas es variada. Como se observa en el gráfico 5, en este proceso electoral la mayoría proviene de Lima, pero al ser la circunscripción más grande —36 escaños—, en términos reales la incidencia es mayor en las circunscripciones binominales. Como puede observarse, cinco de los seis que postularon en Lima fueron reelectos. En Arequipa uno de dos; mientras que solo los candidatos de Huancavelica, Moquegua, Piura y San Martín consiguieron los votos para la reelección. Postularon en las listas de Fuerza Popular (4), Frente Amplio (2), Alianza Para el Progreso (2) y Peruanos Por el Kambio (2).

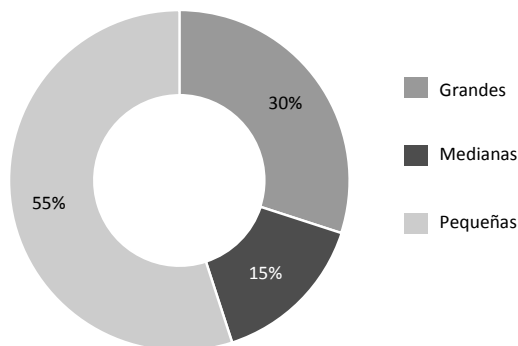
Gráfico 5. Candidaturas y reelecciones por circunscripción



Fuente: JNE y ONPE, 2016.

Existen estudios que investigan la posible relación entre transfuguismo y circunscripciones electorales. Vargas (2010) señala que si un legislador cambia de partido y busca mantener su carrera política, su reelección se encuentra condicionada al tamaño de la circunscripción. Si sus votos son más personales que partidarios, su reelección es más factible en una circunscripción pequeña. Delgado (2009) concluye en la relevancia de la magnitud del distrito para prever mayores casos de transfuguismo en los distritos pequeños que en los grandes. Esa posibilidad aumenta en la medida que el candidato haya obtenido mayor votación preferencial. En el gráfico 6 puede observarse la incidencia de las postulaciones en listas diferentes según el tamaño de la circunscripción.

Gráfico 6. Incidencia de postulaciones en listas diferentes por tamaño de circunscripción



Fuente: ONPE.

De los veintiún candidatos a la reelección, once postularon en circunscripciones pequeñas, solo dos fueron reelectos, uno de ellos por voto preferencial tanto en el proceso electoral de 2011 como en el de 2016. En Lima, la única circunscripción grande, postularon seis, fueron reelectos cinco, solo un caso fue por voto preferencial en 2011, pero tres habían mejorado. Con estos datos reiteramos que la decisión de cambiar de lista depende de las expectativas que genera la nueva lista para ser reelecto, pero también del partido al que están afiliados. Puede constatarse que los congresistas que fueron elegidos en 2011 por el fujimorismo, el APRA y Acción Popular no cambiaron de lista, aun cuando fueron excluidos de participar en la elección de 2016.

4. ¿ESTAMOS FRENTE A UN CASO DE TRANSFUGUISMO?

El transfuguismo es considerado por la literatura más especializada como «uno de los aspectos más problemáticos de la representación política que la ponen en jaque» (Tomás Mallén, 2002, p. 23). Ha sido materia de estudios académicos desde la ciencia política como el derecho¹². Es definido como la «forma de comportamiento» en la que un representante «democráticamente elegido, abandona la formación política en la que se encontraba para pasar a engrosar las filas de otra» (Reniu, 2012, p. 10). En nuestra opinión, el escenario de análisis del transfuguismo político se ubica en el ejercicio de cargos de elección popular, particularmente en el Congreso, teniendo como actores a los grupos parlamentarios y a los partidos políticos.

Coincidimos con Delgado Guembes en que el transfuguismo en el caso peruano es más un síntoma del sistema de representación política en general y de los sistemas de partidos en particular. Pease encuentra que más allá de la coyuntura política

¹² También ha sido objeto de pronunciamientos en la justicia constitucional. La Corte Constitucional Colombiana precisa que «[...] las claras relaciones existentes entre los partidos políticos y la conformación y funcionamiento de los grupos parlamentarios explican el rechazo a la práctica del transfuguismo, entendido, en términos amplios, como una deslealtad democrática. En efecto, dicho fenómeno perverso, constante en partidos políticos latinoamericanos y que ha conducido a aquello que la doctrina denomina electoral volatility o “volatilidad electoral”, denota en el elegido una falta de firmeza ideológica, debilidad de convicciones, exceso de pragmatismo y anteposición de intereses personales y egoístas sobre aquellos programas e ideario del partido político que lo llevó a ocupar un cargo de representación popular, y por supuesto, un fraude a los electores» (sentencia C-342/06). Es pertinente citar asimismo la opinión del Tribunal Constitucional español: «Hacer prevalecer los derechos del candidato frente a los derechos de los ciudadanos para rebajar el protagonismo de los partidos no es una buena solución. Y menos aún lo es recrearse en la contemplación de la divergencia que la solución jurídica produce respecto de la perspectiva política, cuando lo razonable sería que el Derecho encontrase cauces de conectar con los problemas sociales, que son la base de los políticos» (STC 31/1993, F3).

en el año 2000, las razones del transfuguismo están en la debilidad estructural de los partidos y la facilidad con que la ley abre la puerta a listas coyunturales donde no hay cohesión asociativa, ideológica ni programática (2006, p. 447). Planas explica que hay dos posiciones en torno a la interpretación del transfuguismo: quienes consideran ilícito mudar de partido, porque ello supone traicionar, no solo la lealtad del partido sino la voluntad del elector, que fue a favor del partido; y, quienes, sin aplaudir el cambio de tienda política, consideran que resulta una conducta lícita desde una perspectiva estrictamente constitucional, ya que este cambio se ampara en la prohibición del mandato imperativo (1997, p. 144). Así, para Landa es un fenómeno que afecta no solo a los partidos políticos sino también la soberanía popular (2006, p. 277). López, en un trabajo más reciente, lo califica como infracción constitucional porque lesiona los principios constitucionales de democracia representativa y representación proporcional, los que, a su vez, informan el derecho del electorado a decidir la proporción de sus representantes en el Parlamento (2011, p. 10).

La regulación del transfuguismo es materia de amplio debate. En el Perú se ha tratado de regular desde el año 2000. En una encuesta realizada por GFK en febrero de 2015, 73% de entrevistados consideraba que la agenda del gobierno y oposición debía incluir la sanción para los tráfugas (GFK, 2015). El 15 de octubre se publicó la reforma al Reglamento del Congreso que establece un cambio radical en las reglas para la conformación de los grupos parlamentarios. Se establece que no pueden constituir grupo parlamentario ni adherirse a otro quienes se retiren sean separados o expulsados del grupo parlamentario, partido político o alianza electoral por el que fueron elegidos. El texto deja a salvo la escisión de alianzas electorales. Con ello se eliminan los incentivos para conformar nuevos grupos. Consideramos que las medidas planteadas son idóneas pues no debe impedirse la renuncia al grupo parlamentario, por el principio de la prohibición del mandato imperativo contemplado en la Constitución y las características de la representación parlamentaria. Los motivos que impulsen una renuncia pueden ser muy diversos¹³, justificados o no, moralmente relevantes o no; los electores lo juzgaran si este vuelve a pedir su voto en la siguiente elección. Aun cuando las tasas de reelección son bajas, el electorado peruano ha votado por reelegir a quienes cambiaron de partidos. En la última elección diez de los veintiuno fueron reelectos. En opinión de Benito (2015) es la vinculación personalista entre políticos y ciudadanos que minimiza el

¹³ Tomás Ballén ha desarrollado una clasificación y la analiza: cambio de orientación ideológica de los partidos o del parlamentario, crisis de los partidos, oportunismo o búsqueda de mejores oportunidades políticas de parte de los parlamentarios, discrepancias con la dirección del partido o del grupo, desacuerdo con la disciplina o democracia interna. Estas motivaciones pueden darse solas o combinadas, sin excluir otras de naturaleza subjetiva (2012, pp. 56 y ss.).

costo del voto de castigo por el incumplimiento del mandato de representación, aunque para un sector de la población afecte su confianza en la clase política.

Freidenberg (2005) explica que «en aquellos países donde las fronteras para salirse de un partido son altas, por la presencia de una fuerte subcultura partidista y el rechazo de la población y de las élites al cambio de partidos, el costo de irse del partido también es alto». Al contrario, si los costos son bajos y el marco normativo es permisivo, el transfuguismo será una práctica frecuente. Ello evidencia para Vargas un problema estructural mayor: «un debilitamiento del sistema de partidos políticos y una zona de tolerancia (racional o irracional) en la ingeniería parlamentaria, dada una combinación de incentivos de carácter político e institucional» (2013, p. 143). Encuentra la explicación del transfuguismo en el juego de incentivos-restricciones del marco normativo, de la ingeniería electoral, del sistema de partidos y de la cultura política subyacente. «Si existe el transfuguismo, es porque el entorno institucional —formal e informal— lo permite» (p. 125). Las instituciones no se crean a través de un marco normativo, pero se agudiza cuando este es permisivo y brinda los incentivos para el transfuguismo

5. ¿TRANSFUGUISMO ELECTORAL O LIBERTAD PARA POSTULAR?

¿Es un acto de transfuguismo político postular en una lista diferente a aquella por la que se obtuvo un escaño en el período anterior? Hay quienes definen este hecho como transfuguismo electoral. Ríos (2009) lo define como «el militante que abandona un partido para postularse por otro», y aclara que no es necesariamente un tráfuga en un sistema parlamentario «porque es parte de su libertad política de afiliarse o dejar de pertenecer a un determinado partido y competir por otro». Seijas (2000) resume los costos del transfuguismo para el sistema político: a) falseamiento de la representación política; b) quiebra del sistema de partidos que se proyecta sobre el conjunto del sistema político; c) detrimento de la oposición, que perjudica la gobernabilidad; d) deterioro de la clase política y cultura democrática; e) escisión de partidos políticos con representación parlamentaria, así como otras consecuencias en el nivel estrictamente particular. Añade Vargas (2013) que el transfuguismo incide directamente en la redefinición y recomposición de las fuerzas parlamentarias, sobre los niveles de fragmentación y dispersión de las bancadas, al afectar la construcción de mayorías o minorías parlamentarias. En esa línea, Blanco Valdés (2003) considera que el aspecto más grave del transfuguismo reside en la acción desertora del tráfuga que afecta a los equilibrios entre gobierno y oposición, y va mucho más allá de una simple cuestión moral y de un problema interno de partido, pues constituye una vulneración gravísima del principio político esencial que permite el funcionamiento del parlamentarismo: el del respeto a los resultados salidos

de las urnas. En esa línea argumentativa, en la medida en que no hay daño a la voluntad popular ni engaño al elector, el legislador legítimamente podría buscar ser reelecto en otra lista para lograr la supervivencia política.

Reniu considera que el transfuguismo relevante es el poselector, el tráfuga «viola la fidelidad debida a los electores que lo han votado», mientras que el cambio de lista para postular puede justificarse por «un cambio ideológico u opinión». Sancionarlo, en opinión del autor, no se compatibiliza con las libertades del ciudadano. Relaciona el cambio de partido en época electoral con temas ideológicos: «el cambio ideológico, la búsqueda de nuevas oportunidades políticas o el deseo de protagonismo personal son elementos que configuran no solo la naturaleza misma del individuo, sino que también forman parte de su libertad de actuación» (2012, pp. 32-33).

Martin (2014) explica que el estudio del transfuguismo tiene dos enfoques, el estratégico y el institucional. Los partidarios del enfoque estratégico examinan cómo las instituciones modelan la autonomía de los actores, y los institucionalistas a menudo consideran a los legisladores como actores individuales. Se centran en el congresista que, como un actor racional, a partir de un cálculo de costo-beneficio, decide mantenerse o cambiar de partido. Precisa que los datos disponibles de diversos estudios corroboran en gran medida la noción de que los políticos como actores estratégicos eligen al partido con el fin de mejorar sus perspectivas electorales. La regla de conducta racional es que los legisladores abandonan los partidos en los que ven reducidas sus posibilidades de ser reelegidos y buscan los que les den más oportunidades. Mientras más grande es un partido, menores posibilidades de verse afectado por el transfuguismo. Más bien los miembros de partidos pequeños buscan integrarse a los más grandes. Sus estudios muestran que en la medida en que se acercan las elecciones legislativas disminuye el transfuguismo. Las investigaciones de Mershon y Shvetsova (2008) desarrollan una clasificación de casos de transfuguismo por el período en el que se presentan y encuentran que estos no tienen tanta incidencia al término del período porque el legislados evitará que su renuncia al grupo parlamentario se vincule al interés de ser reelecto. No es el caso del Perú. Como se ha demostrado en los párrafos precedentes, un número importante de las renunciaciones a los partidos políticos fueron presentadas el año anterior a las elecciones, muy cerca del límite legal para habilitar la postulación en una lista diferente a la del propio partido.

6. PARADOJAS DE LA DEBILIDAD DE LAS INSTITUCIONES: GRUPOS PARLAMENTARIOS

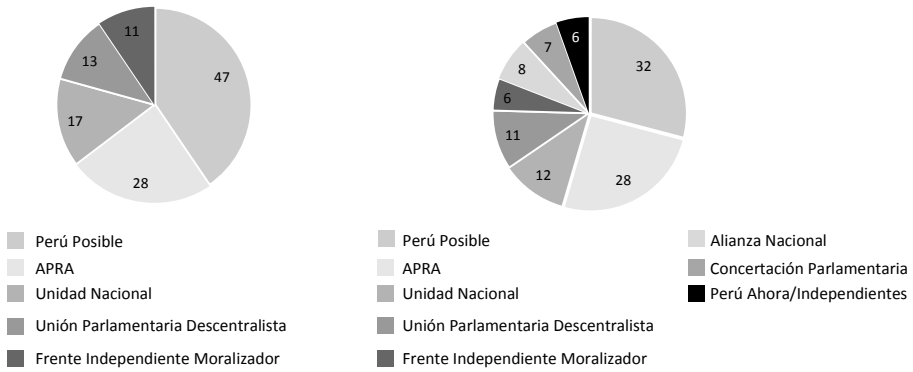
Dos son los criterios básicos que fundamentan la presencia de los grupos parlamentarios en los congresos: la racionalización del trabajo y la proyección en los órganos parlamentarios de las fuerzas políticas que han obtenido representación. En este proceso electoral ocurrió otro hecho peculiar: los miembros de un mismo grupo parlamentario postularon en listas diferentes. Parte del problema está en la definición de grupos parlamentarios que utiliza el reglamento del Congreso. Señala que «los grupos parlamentarios son conjuntos de congresistas que comparten ideas o intereses comunes o afines». Omite la definición la vinculación esencial con los partidos políticos. Como se demostrará, los congresistas que compitieron en diferentes listas e integraban el mismo grupo parlamentario no compartían intereses comunes o afines, al menos no durante la campaña electoral.

6.1. Grupos parlamentarios

Los grupos parlamentarios reflejan el resultado electoral y constituyen la expresión de la representación partidaria. En el Perú, si bien se organizan sobre los partidos o alianzas electorales que obtuvieron escaños en el Congreso, contra el marco normativo, las reglas informales y los acuerdos políticos permitieron que el Congreso se fragmente, con la consecuente formación de nuevos grupos entre quienes se renunciaron a sus grupos originales. Así, en el período 2001-2006 se formaron, debido al resultado electoral, cinco grupos parlamentarios que terminaron siendo ocho y su conformación varió regularmente durante el período. La historia se repitió en los períodos parlamentarios siguientes. En el período 2006-2011 se constituyeron cinco, al final de período fueron ocho. En el 2011-2016 fueron seis al inicio y al término del período, nueve.

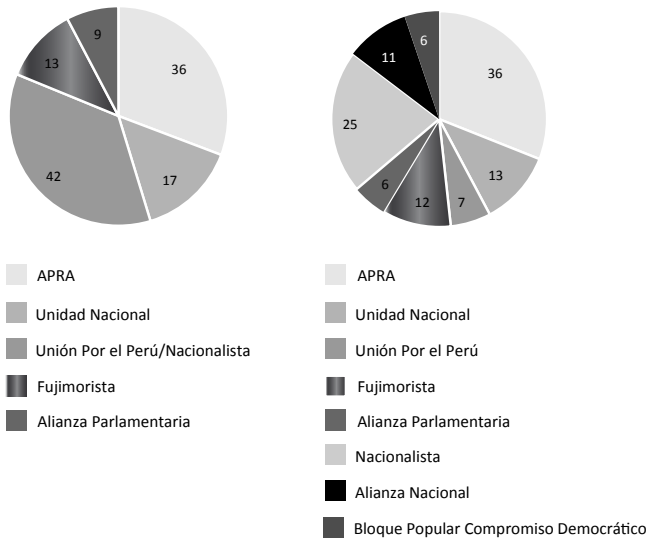
Como puede observarse en los gráficos 7, 8 y 9, la escisión de alianzas electorales y el transfuguismo fragmentaron el Congreso y dificultaron la toma de decisiones políticas. Si bien puede transparentarse la poca cohesión partidaria y nuevas alianzas, la conformación del Congreso fue muy diferente a aquella que decidieron los electores.

Gráfico 7. Grupos parlamentarios, 2001-2006



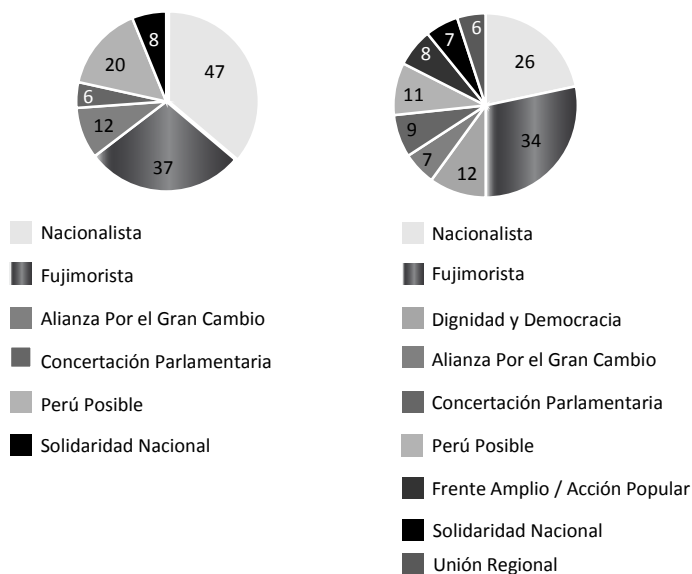
Fuente: Congreso de la República.

Gráfico 8. Grupos parlamentarios, 2006-2011



Fuente: Congreso de la República.

Gráfico 9. Grupos parlamentarios, 2011-2016



Fuente: Congreso de la República.

El marco institucional no brindó incentivos para permanecer en los grupos parlamentarios, no hubo costo político relevante para quienes se renunciaron a sus grupos. Los nuevos grupos parlamentarios recibieron el mismo trato que aquellos formados por partidos políticos o alianzas electorales que participaron en elecciones. Así, integraron la Junta de Portavoces, que designó representantes y asumió las importantes atribuciones de coordinación política que el reglamento les otorga, aunque los nuevos grupos no tenían vínculo alguno con partidos políticos.

La relación entre partidos políticos y grupos parlamentarios no fue ni estable ni institucional; respondió más a líderes que aglutinaron en torno a ellos a un grupo de personas independientes. En ese escenario, la disciplina partidaria es menos frecuente. La disciplina en el voto es consecuencia de la coherencia partidaria y respeto a las decisiones tomadas en debates internos, pero cuando no existe partido programático, ni partidos con opciones electorales, los congresistas pierden incentivos para votar en el mismo sentido. Diversos estudios encuentran que una motivación importante para cambiar de grupo parlamentario es la búsqueda de la reelección. De allí que los grupos parlamentarios serán más disciplinados en la medida en que tengan mayores posibilidades de ofrecer a sus miembros ser reelectos (Heller, 2008). En cambio, ante las pocas posibilidades de éxito electoral, habrá menos disciplina y mayores posibilidades de transfuguismo. En ausencia de partidos programáticos que generen lealtades, que brinden recursos a los candidatos para

sus campañas electorales, la permanencia del voto preferencial el ejercicio de la política parlamentaria es muy personalizado. En los nuevos grupos parlamentarios, el personalismo se exagera.

En el período 2011-2016, muchos de los renunciantes, particularmente quienes se apartaron del partido de gobierno, esgrimieron argumentos de índole programático, pues consideraron que el gobierno se había alejado del programa que los convocó. Sin embargo, solo dos de ellos postularon a la reelección en la plataforma de izquierda que lanzó el Frente Amplio. Otros argumentaron discrepancias con la dirigencia de sus partidos.

En la tabla 4 puede observarse que las candidaturas inscritas al inicio del proceso electoral mostraban a miembros del mismo grupo parlamentario competir en listas diferentes. Algunos por las alianzas que sus partidos habían pactado para este proceso electoral, pero en la mayoría de casos se trata de congresistas no afiliados a ningún partido político que habían sido invitados. Compartían el trabajo parlamentario en la misma bancada, pero eran rivales de campaña.

Evidentemente, ningún marco normativo va a crear instituciones ni fortalecer partidos políticos. Sin embargo, este hecho refleja un marco normativo que tolera y fomenta prácticas como la personalización de la política que debilita aún más instituciones democráticas.

Tabla 4. Grupos parlamentarios en el Congreso, abril de 2016

| Grupo parlamentario | Candidatos a la reelección | Listas en las participaron |
|---|----------------------------|---|
| Nacionalista Gana Perú | 16 | Partido Nacionalista Alianza Para el Progreso |
| Fuerza Popular | 17 | Fuerza Popular Alianza Popular |
| Solidaridad Nacional | 5 | Solidaridad Peruanos Por el Cambio Alianza Para el Progreso |
| Perú Posible | 4 | Perú Posible Alianza Para el Progreso |
| Acción Popular/Frente Amplio | 5 | Frente Amplio Acción Popular Partido Nacionalista |
| Concertación Parlamentaria | 7 | Alianza Popular Peruanos Por el Cambio Fuerza Popular |
| Partido Popular Cristiano / Alianza Para el Progreso | 5 | Alianza Popular Fuerza Popular Alianza Para el Progreso |
| Unión Regional | 7 | Peruanos Por el Cambio Fuerza Popular Alianza Para el Progreso |
| Dignidad y Democracia | 6 | Fuerza Popular Perú Posible Democracia Directa Frente Amplio Alianza Para el Progreso |

Fuente: Elaborado a partir de la ONPE, el JNE y el Congreso de la República, 2016.

7. CONCLUSIONES

El estudio analiza el caso de las veintiuna candidaturas que postularon a la reelección en listas diferentes a las que los llevaron a obtener un escaño en el 2011. Diez congresistas fueron reelectos en sus nuevas listas (48%): tres mujeres y siete hombres. Si bien cambiaron de lista, no cambiaron de circunscripción.

Dos de ellos habían sido electos en 2011 gracias al voto preferencial. Tres de ellos inician su tercer período. Actualmente, ninguno tiene afiliación política vigente.

Si bien el transfuguismo tiene una connotación negativa y debilita a los partidos, el electorado que tiene en sus manos premiar o castigar la conducta ha optado por analizar cada caso, muchos de ellos, votar por el que cambió de partido; es decir, reelegirlo. Ello está relacionado con el ejercicio personalizado de la política. Aun cuando se observa que la mayor parte de los cambios de lista se dan entre partidos que representan posiciones ideológicas similares, la regla general ha sido asumir posiciones más bien pragmáticas, lo que puede observarse en el cambio de partidos que históricamente fueron opuestos.

Las reglas vigentes toleraron el transfuguismo en el Congreso peruano. Quienes se apartaron de sus grupos parlamentarios y partidos dieron diversas razones. Este artículo no analiza tales motivos, pero encuentra evidencia de que muchos de los renunciantes postularon a la reelección en listas que les ofrecieron mayores oportunidades de ser reelectos. En la mayoría de los casos analizados, los partidos de los que se apartaron no obtuvieron representación parlamentaria.

En el escenario de debilidad partidaria y volatilidad electoral, la postulación en listas diferentes para la reelección será la conducta previsible para quienes quieran continuar con su carrera política. La conducta se relaciona con las naturales aspiraciones de quienes quieren lograr la reelección y no pueden hacerlo en las listas en las que postularon en el pasado. Se trata de supervivencia política que induce a los políticos a buscar listas con mejores opciones. Este escenario se parece más a fichaje de jugadores de fútbol que a partidos programáticos.

Lo peculiar del estudio es que en esta elección no solo se presenta el transfuguismo motivado para postular, sino que, en muchos casos, miembros del mismo grupo postulan en listas diferentes. En suma, compañeros de grupo parlamentario, pero rivales electorales.

BIBLIOGRAFÍA

- Blanco Valdés, Roberto L. (2003). Transfuguismo y democracia en la comunidad de Madrid. *Claves de razón práctica*, 135, 44-51.
- Benito Sánchez, Ana Belén (2015). Pactos, alianzas electorales y trashumancias: patrones de la cooperación estratégica en el sistema de partidos de la República Dominicana. *Política y gobierno*, 22(1), 87-123. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-20372015000100003&lng=es&tlng=es. Fecha de consulta: 16 de agosto de 2016.
- Delgado-Guembes, César (2006). Transfuguismo, su matriz histórica: entre la libertad y la anomia en la institucionalidad política. *Derecho PUC*, 59, 93-110.

- Delgado-Guembes, César (2009). Fragilidad partidaria y racionalidad del transfuguismo en Latinoamérica. En Pablo Santolaya Machetti (ed.), *Transfuguismo político: escenarios y repuestas* (pp. 185-188). Madrid: Civitas.
- Freidenberg, Flavia (2005). Abriendo la caja negra. Reformas partidistas y dilemas democráticos en América Latina. *Apuntes Electorales*, 5(2), 15-43. https://works.bepress.com/flavia_freidenberg/4/. Fecha de consulta: 2 de noviembre de 2016.
- García Montero, Mercedes & Cecilia G. Rodríguez (2012). *Confianza ciudadana en el Parlamento: un análisis de los casos latinoamericanos*. Madrid: Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca.
- GFK (2015). *Estudio de opinión pública nacional urbano*. http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/PE/GfK_OP_febrero_2015_Gobierno_10.pdf
- Heller, William B. & Carol Mershon (2008). Dealing in Discipline: Party Switching in Legislative Voting in the Italian Chamber of Deputies, 1988-2000. *American Journal of Political Science*, 52, 910-925.
- Landa, César (2006). *Constitución y fuentes del derecho*. Lima: Palestra.
- López Flores, Luciano (2011). «El control político jurisdiccional de la función parlamentaria: el caso del transfuguismo». Tesis de maestría Derecho con mención en Política Jurisdiccional, PUCP.
- Mershon Carol (2014). Legislative Party Switching. En Martin Shane, Thomas Saalfeld y Kaare, W. Strom (eds.), *The Oxford Handbook of Legislative Studies* (pp. 418-435). Oxford University Press.
- Mershon Carol & Olga Shvetsova (2008). Parliamentary Cycles and Party Switching in Legislatures. *Comparative Political Studies*, 41(1), 99-127.
- Mershon Carol & Olga Shvetsova (2014). Change in Parliamentary Party Systems and Policy Outcomes: Hunting the Core. *Journal of Theoretical Politics*, 26(2), 331-351.
- Pease García, Henry (2006). *Por los pasos perdidos: el Parlamento peruano entre el 2000 y el 2006*. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Planas, Pedro (1997). *Derecho parlamentario*. Lima: Ediciones Forenses.
- Reniu Vilamala, Josep María (2012). *El transfuguismo político y la crisis de representación política*. Lima: JNE.
- Ríos Vega, Luis Efrén (2009). El transfuguismo electoral: un debate constitucional en México. *Cuestiones constitucionales*, 21, 251-294. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-91932009000200009&lng=es&tlng=es. Fecha de consulta: 1 de setiembre de 2015.

- Rothstein, Bo (1996). Political Institutions: An Overview. En Robert E. Goodin y Hans-Dieter Klingemann (eds.), *A New Handbook of Political Science* (pp. 133-166). Nueva York: Oxford University Press.
- Seijas, Esther (2000). Representación democrática, partidos políticos y tránsfugas. *Teoría y Realidad Constitucional*, 6(2), 163-188.
- Vargas, Jean Paul & Denis Petri (2010). *Transfuguismo: desafíos político-institucionales para la gobernabilidad parlamentaria en Centroamérica*. San José: DEMUCA.
- Vargas, Jean Paul & Denis Petri (2013). Transfuguismo: realineamientos y equilibrios parlamentarios. *Plataforma C*. <http://plataformac.org/transfuguismo-realineamientos-y-equilibrios-parlamentarios/>. Fecha de consulta 9 de setiembre de 2014.

SOBRE LOS AUTORES

Rafael Arias Valverde es magíster en Ciencia Política y Gobierno por la Escuela de Gobierno y Políticas Públicas de la PUCP y miembro del GIPE de la misma casa de estudios. Se ha desempeñado como consultor de Asuntos Públicos en el Grupo Invertir, como especialista en Padrón Electoral en el Reniec y como auxiliar en Análisis Político en el JNE.

Henry Ayala Abril es licenciado en Ciencia Política y Gobierno por la PUCP. Es asistente de Investigación en el Instituto de Democracia y Derechos Humanos de dicha universidad (IDEHPUCP) e investigador del GIPE.

Verónica Ayala Richter es licenciada en Ciencia Política y Gobierno por la PUCP y bachiller en Comunicación Social por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM). Cuenta con un máster en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Salamanca. Es miembro del GIPE. Ha trabajado como periodista en medios de comunicación y actualmente trabaja para el sector público en investigación en políticas públicas.

Milagros Campos es abogada colegiada, graduada en la Facultad de Derecho de la PUCP, magíster en Ciencia Política por la PUCP y ha concluido estudios de doctorado en la misma universidad. Es profesora de la PUCP y ha sido profesora en la Universidad del Pacífico y Universidad de Lima. Es miembro de la Asociación Peruana de Derecho Constitucional.

Carla Cueva es licenciada en Ciencia Política y Gobierno y magíster en la misma especialidad con mención en Instituciones Políticas por la PUCP. Trabajó en el JNE como parte del equipo organizador de los debates electorales de las elecciones

presidenciales 2016. Es miembro del GIPE. Es coautora de los libros *Democracia y territorio en países unitarios: una agenda de investigación pendiente* (2016) y *El ocaso político en el Perú: una mirada desde los recientes procesos electorales* (2017).

Flavia Freidenberg es doctora por la Universidad de Salamanca y tienen un máster en Estudios Latinoamericanos por la misma casa de estudios. Es investigadora titular «B» a tiempo completo del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (nivel II) y editora asociada del área Política y Relaciones Internacionales de *Latin American Research Review*, revista de la Asociación de Estudios Latinoamericanos (LASA). Ha publicado veinte libros, 53 capítulos de libros y 42 artículos en revistas académicas de Estados Unidos, Europa y América.

Cristhian Jaramillo Huamán es estudiante de Ciencia Política y Gobierno por la PUCP. Es miembro e investigador del GIPE y asistente de investigación en la Central de Operaciones del Proceso Electoral en el JNE. Actualmente cursa estudios en la Facultad de Filosofía de la Universidad Hradec Králové en República Checa.

Fernando Jiménez es licenciado en Ciencia Política por PUCP y estudiante de la maestría en Gerencia Social en la misma casa de estudios. Es analista de conflictos sociales en el Ministerio de Energía y Minas e investigador en el GIPE.

Lilian Kanashiro es doctoranda y magíster en Ciencia Política y Gobierno por la PUCP y licenciada en Comunicación Social por la Universidad de Lima. Actualmente es docente de Semiótica e Investigación. Es autora del libro *Debates presidenciales televisados en el Perú (1990-2011)*, de 2016, y coautora de *El Perú a través de sus discursos*, de 2015.

Luis Mas Castillo es magíster en Ciencia Política y Gobierno con mención en Gerencia Pública por la PUCP y licenciado en Ciencia Política y Gobierno por la misma casa de estudios. Actualmente se desempeña como docente del Departamento de Ciencias Sociales de la PUCP, donde además integra el GIPE. Se ha desempeñado como coordinador nacional del Proyecto de la oficina de la OIT para los países andinos, y como analista y especialista de la Subgerencia de Procesamiento del Reniec. Fue asociado y posteriormente presidente de la Asociación Civil Politai.

Enrique Patriau es doctor por el Instituto de Iberoamérica de la Universidad de Salamanca y magíster en Ciencia Política por la PUCP. Actualmente es profesor de la PUCP, de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y periodista del diario *La República*.

Félix Puémape es licenciado en Ciencia Política y Gobierno por la PUCP. Es miembro del GIPE. Se da desempeñado como investigador joven del Instituto de Estudios Peruanos. Actualmente es analista del proyecto Parlamento Abierto de la universidad ESAN y el Grupo de Análisis Político 50+1.

Denisse Rodríguez Olivari es magíster en Desarrollo Internacional: Política y Gobernanza por la University of Manchester y licenciada en Ciencia Política y Gobierno por la PUCP. Actualmente es candidata a doctora por la Universidad Humboldt de Berlín y tiene estudios en el King's College de Londres. Realizó una estancia predoctoral como Hansard Research Scholars en la London School of Economics and Political Science. Es becaria del Servicio Alemán de Intercambio Académico (DAAD).

Paolo Sosa Villagarcía es licenciado en Ciencia Política y Gobierno por la PUCP. Actualmente trabaja como investigador joven en el Instituto de Estudios Peruanos y es miembro del Grupo de Investigación de Política Subnacional de la PUCP. Es editor de la revista *Argumentos* y coordinador de país del proyecto Varieties of Democracy. Durante 2012 se desempeñó como director de investigaciones de la Asociación Civil Politai y fue predocente del Departamento de Ciencias Sociales de la PUCP.

Martín Tanaka es doctor en Ciencia Política por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), sede México. Actualmente es investigador principal en el Instituto de Estudios Peruanos y profesor principal de la PUCP.

Fernando Tuesta Soldevilla es doctor en Ciencias Sociales por la UNMSM, y magíster y licenciado en Sociología por la PUCP. Realizó estudios de doctorado en Ciencia Política en la Universidad Ruprecht Karl de Heidelberg en Alemania. Fue jefe de la ONPE y ha sido profesor de la Universidad de Lima, la Universidad del Pacífico, la UNMSM y la Academia Diplomática del Perú. Dirigió el Instituto de Opinión Pública de la PUCP y actualmente es profesor de Ciencia Política y Gobierno de la misma casa de estudios.

Diego Uchuypoma Soria es licenciado en Ciencias Sociales con mención en Ciencia Política y Gobierno por la PUCP y estudiante de la maestría de Sociología, con mención en Género, Política y Sexualidad en la Escuela de Estudios Superiores en Ciencias Sociales de París. Es miembro del GIPE. Es coautor del libro *Jóvenes y partidos políticos. Dinámicas de la militancia en el Partido Aprista Peruano y el Partido Popular Cristiano* (2016).

Essy Mirella Vásquez Oruna es licenciada en Ciencia Política de la Universidad Nacional Federico Villarreal y es estudiante de la maestría en Ciencia Política

y Gobierno de la PUCP. Ha publicado artículos en libros sobre la revocatoria del mandato y textos sobre trashumancia electoral (electores golondrinos). Actualmente trabaja en el JNE.

Paulo Vilca es abogado por la Universidad Católica Santa María, magíster en Gobierno y Administración Pública por la Universidad Menéndez Pelayo en España y magíster en Ciencia Política y Gobierno por la PUCP. Ha publicado diversos artículos sobre política regional, descentralización y gobiernos locales. Ha sido viceministro de Interculturalidad del Ministerio de Cultura y asesor parlamentario.

Mauricio Zavaleta es licenciado en Ciencia Política y Gobierno por la PUCP. Ha publicado el libro *Coaliciones de independientes: las reglas no escritas de la política electoral* (2014) y artículos y capítulos sobre política peruana. Ha sido becario del Canadian International Resources and Development Institute y colaborador para el Weatherhead Center for International Affairs de la Universidad de Harvard. En el sector público, ha trabajado como asesor en el Ministerio de Cultura y en el Ministerio de Economía y Finanzas.

SE TERMINÓ DE IMPRIMIR EN LOS TALLERES GRÁFICOS DE
TAREA ASOCIACIÓN GRÁFICA EDUCATIVA
PASAJE MARÍA AUXILIADORA 156, BREÑA
CORREO E.: tareagrafica@tareagrafica.com
TELÉFONO: 332-3229 / FAX: 424-1582
SE UTILIZARON CARACTERES
ADOBE GARAMOND PRO EN 11 PUNTOS
PARA EL CUERPO DEL TEXTO
JULIO 2017 LIMA - PERÚ

Cuatro elecciones democráticas consecutivas era un escenario que no se veía en el Perú desde hacía más de medio siglo. Las elecciones de 2016 definieron quién sería nuestro presidente constitucional en un escenario de desaceleración económica —en contraste con los años de crecimiento anteriores—, narcotráfico, inseguridad ciudadana y desconfianza generalizada en el sistema político. Mientras el resto de candidatos intentaba consolidarse en un segundo puesto, Keiko Fujimori se mantuvo siempre en primer lugar y llegó a la segunda vuelta junto a Pedro Pablo Kuczynski, la otra opción de la derecha, quien lo hizo gracias a una suma de factores, entre los cuales estuvo la descalificación legal de varios candidatos. A pesar de que Fujimori ganó la primera vuelta largamente y era la favorita para llegar a la presidencia, otro fue el resultado, pues allí donde no se crean mayorías, los sentimientos en contra o el «anti» suelen definir el voto en segunda vuelta. Una elección, como otras en nuestro país, de resultados inesperados.

