

Un elector volátil en un país donde la desigualdad sigue mandando

# El rompecabezas peruano

Ingrid Jiménez Monsalve\*



Dentro y fuera del Perú, muchos se preguntan por qué los dos candidatos presidenciales que aparentemente despertaban menos simpatías en la opinión pública, Ollanta Humala y Keiko Fujimori, resultaron ganadores de la primera vuelta el pasado 10 de abril. Las razones son varias y algunas bastante complejas. Este artículo se ocupa de algunas de ellas

**E**n los últimos años Perú ha alcanzado un elevado crecimiento económico y fue calificado, en 2009, por el influyente periodista Andrés Oppenheimer como “la nueva estrella de América Latina”, al lado de países como Chile y Brasil, naciones que parecían encaminadas a lograr la estabilidad política y económica. Si examinamos los indicadores económicos del país inca, caeremos en cuenta que son espectaculares; el PIB ha crecido 50% entre el 2002 y el 2009 y, en diez años, la inversión privada ha sido de más de 200 mil millones de dólares, las exportaciones no tradicionales crecieron más de diez veces entre 1990 y 2010, y la inversión y el crecimiento económico crearon 3.5 millones de puestos de trabajo entre 1993 y 2007.

Perú llegó a las elecciones presidenciales de 2010 con un futuro promisorio, dado que el gobierno de Alan García transcurrió sin mayores sobresaltos, y la figura que había hecho temblar al sistema político en las elecciones del 2006, el comandante retirado Ollanta Humala y su incendiario discurso nacionalista, no tenía más del 9% de las preferencias del electorado al inicio de la campaña.

Los candidatos que se presentaron a las elecciones fueron básicamente cinco:

- El ex presidente Alejandro Toledo, quien regresó de sus actividades docentes en Estados Unidos para reactivar su partido Perú Posible y aspirar de nuevo a la presidencia.
- Keiko Fujimori, la hija del cuestionado ex presidente Alberto Fujimori y congresista más votada en las elecciones de 2006, apoyada por un partido creado ex profeso para las elecciones denominado Fuerza 2011, al mejor estilo fujimorista.
- Luis Castañeda, exitoso alcalde de Lima, que dejó el sillón municipal con una popularidad cercana al 80%, postulado por el partido Solidaridad Nacional.
- Ollanta Humala, ex militar nacionalista que aspiraba por segunda vez a la presidencia, de la mano de un renovado partido nacionalista con el nombre de la alianza Gana Perú.

- Pedro Pablo Kuczynsky, ex-ministro de economía y premier del gobierno de Alejandro Toledo, y nuevo *outsider* dentro de la política peruana, apoyado por la Alianza por el Gran Cambio, que incluía al Partido Popular Cristiano y a varios partidos regionales.

Los temas de la campaña se articularon fundamentalmente sobre dos ejes: la continuidad de las líneas centrales del modelo económico, pero con mayor inclusión social, mejor distribución de las riquezas, así como la seguridad ciudadana, uno de los temas que más preocupa a la población, aunque huelga anotar que Perú está muy lejos de las cifras de crimen y violencia de países como Venezuela, México o Colombia.

Paralelamente a la elección presidencial se produjo la elección de congresistas, una campaña más carnavalesca que política en la que las ideas brillaron por su ausencia. Los candidatos atiborraron la ciudad de pancartas variopintas y extravagantes llegando incluso a promocionarse con figuras de los dibujos animados tales como *Kun Fu Panda* y las *Chicas superpoderosas*.

Un aspecto importante que es necesario destacar es la debilidad extrema de los partidos políticos, organizaciones generalmente de tipo personalista que no cuentan con arraigo popular ni verdadero alcance nacional y, más aún, son vistos por los peruanos como símbolos de corrupción y de oscuras componendas políticas. Ni siquiera el Partido Aprista Peruano, el más antiguo y de mayor tradición, se escapa. En consecuencia, al no existir ningún tipo de lealtad partidista, el electorado se convierte en uno de los más volátiles del continente.

Desde 2009 los cerros de las zonas populares limeñas anunciaban la candidatura de Keiko Fujimori. Fue Alejandro Toledo el que entró con mayor fuerza en la campaña con una excelente propaganda electoral y consigna política: “Con Toledo al Perú no lo para nadie”, apelando a la continuidad del modelo económico, a la esperanza de un futuro mejor y a su experiencia como primer mandatario.

Luis Castañeda arrancó de primero en las encuestas con 23%, pero hizo una campaña muy tradicional, con poca propaganda electoral y presencia en los medios, lo cual hizo que su candidatura no llegara a consolidar una figuración nacional. Su campaña se basó principalmente en explotar las obras importantes de infraestructura y transporte que hizo en Lima, lo cual le resultó insuficiente para llegar a los electores de un país tan diverso culturalmente.

Por su parte, Keiko Fujimori centró su campaña en la seguridad, apelando al recuerdo de la situación de seguridad ciudadana que vivió la población durante el gobierno de Alberto Fujimori. A lo largo de la contienda, Keiko, a través del uso de un marcado *nosotros* se mostró como la más legítima continuadora y heredera del go-

bierno de su padre, sin deslindarse en ningún momento de la corrupción y la violación de los derechos humanos en las que vio envuelto aquel gobierno. Fujimori le sacó bastante provecho a su condición de mujer, en un país donde persiste un fuerte machismo, al mostrarse públicamente con sus pequeñas hijas y su esposo, logrando una identificación con las mujeres de las clases populares.

Ollanta Humala hizo una excelente campaña centrándose en el contacto cara a cara y recorriendo todo el país con su consigna “honestidad para hacer la diferencia”, presentándose como un candidato fresco, moderado y diferente a los políticos tradicionales. Varios analistas locales definen su viraje como la *lulización* de Humala. El líder nacionalista continuó vendiéndose como el candidato del cambio y sostuvo en todo momento su gradualidad; pero su programa de gobierno contiene algunos elementos que generan inquietud, tales como la redacción de una nueva constitución y el establecimiento de un modelo económico basado en una economía nacional de mercado. Sin embargo, su promesa principal se basó en que Perú debe tener el dominio de sus abundantes recursos mineros y gasíferos estableciendo reglas más severas a las inversiones extranjeras. Con este tipo de discurso Humala se conectó muy bien con las clases populares, generalmente críticas a las inversiones foráneas.

Sin embargo, el candidato que resultó un fenómeno electoral fue Pedro Pablo Kuczynsky, quien antes de lanzar formalmente su candidatura fue tejiendo todo un movimiento de respaldo juvenil a través del Facebook, logrando un voluntariado muy organizado denominado *PPKausas*. Kuczynsky construyó una marca personal para superar la dificultad que representaba tener un apellido polaco, en un contexto donde la mayoría de los apellidos son de origen indígena. Su marca fueron sus iniciales, y PPK se hizo conocido para los peruanos. El modo de hacer política de Kuczynsky, personal y desenfadado, tuvo gran aceptación, al punto que su candidatura –con muy pocos recursos económicos– despegó y pasó en el último mes de campaña de 5% a 19% en las preferencias electorales.

Al final, la campaña se tornó virulenta y abundaron los ataques, sobre todo de Alejandro Toledo hacia Pedro Pablo Kuczynsky. El ex presidente procuró, sobre todo, entablar una polémica con Humala, al que acusó de ser el candidato de Hugo Chávez y de su modelo económico socialista, tal como lo hizo el presidente García en 2006. A pesar de que Humala negó en todo momento haber recibido dinero y asesoría venezolana, el tema de la influencia de Chávez siempre estuvo gravitando a lo largo de la contienda.

El resultado de la primera vuelta ya lo conocemos: Ollanta Humala, quien subió espectacu-

larmente en las últimas semanas, ocupó el primer lugar con 31,71% de los votos, seguido de Keiko Fujimori con 23,54%, Pedro Pablo Kuczynsky con 18,5%, Alejandro Toledo con 15,63% y Luis Castañeda con 9,82%. Como el ave Fénix, Ollanta Humala renació de sus cenizas para superar cómodamente a los otros candidatos en la primera vuelta, al tiempo que los votos duros del fujimorismo, que aglutina aproximadamente 20% del electorado, fueron suficientes para dar a Fujimori su pase a la segunda vuelta, dejando atrás a los tres candidatos de la centroderecha, que juntos representaron 43,95% de las preferencias de los peruanos.

El pase a la segunda vuelta de dos candidatos cuyas credenciales democráticas no son muy claras ponen de manifiesto que, más allá del tinglado de cifras asiáticas de crecimiento económico del país, existe otro Perú que en más de 50% apoyó dos opciones de naturaleza autoritaria. Esto se explica porque ese otro Perú ha estado fuera del radar de los gobiernos y está compuesto por el país rural de la sierra y la selva. Los niveles de pobreza y desnutrición crónica infantil en la sierra alcanzan en algunas regiones como Huancavelica y Apurímac a más del 50% de la población. Miles de niños aún tienen que caminar horas por los páramos andinos para asistir a la escuela. En la mayor parte de las áreas rurales no hay carreteras, sólo vías de penetración que hacen imposible el transporte de personas y productos agrícolas cuando caen lluvias y heladas en la sierra. En la región selvática de Loreto la situación no es muy distinta, y en sus zonas más apartadas no existen médicos que puedan atender las emergencias de las comunidades indígenas. A pesar de que la pobreza se ha reducido prácticamente 20% en los últimos años, es necesario que transcurra más tiempo con los niveles actuales de crecimiento económico para lograr un mayor impacto en la reducción de las brechas del desarrollo humano.

Lima tampoco escapa a esta dramática desigualdad social; detrás de la ciudad próspera y amable del acomodado distrito financiero de San Isidro, se esconde la ciudad de los *conos* o zonas populares en las que, a pesar del esfuerzo emprendedor de muchos de sus pobladores, las condiciones de vida son muy duras, y los limeños continuamente se preguntan cuándo van a ver reflejadas las cifras del crecimiento económico en mejores condiciones laborales y de vida para sus familias.

Perú es un país socialmente fragmentado y la discriminación y desconfianza mutua entre los ciudadanos continúa siendo un rasgo cultural muy arraigado. Mario Vargas Llosa sostiene que en la nación peruana hay “una corriente tumultuosa de pulsiones sociales y raciales”, que los cambios modernizadores de los últimos veinte años no han podido cambiar. Es un sistema per-

verso dentro de un país multirracial y multicultural en donde resulta muy difícil articular un esfuerzo social sostenido para consolidar un sistema democrático dentro del cual los ciudadanos se sientan incluidos.

Cada día se cuestiona más duramente a los políticos y a la autoridad en general, y la cultura del *antisistema* es la prevaleciente en el ciudadano común. Los medios de comunicación también contribuyen con esta cultura a través del manejo frívolo y la descalificación permanente de la actividad política y sus actores, sin aportar soluciones constructivas que sumen a la gobernabilidad del país. A su vez, el gobierno de Alan García, eficiente desde el punto de vista de la estabilidad económica, no se esforzó demasiado por buscar mecanismos para fortalecer las débiles instituciones democráticas, y es percibido como un Presidente distante al ciudadano común y a sus problemas. Eso, aunado a los escándalos de corrupción suscitados durante su mandato, explica que su popularidad no sobrepase el umbral del 30%.

En este contexto, el nacionalismo ganó en 16 de los 25 departamentos del Perú y es la primera fuerza política en el Congreso. Ollanta Humala se ha convertido en un líder nacional que representa para las clases populares la expresión del sentimiento *antisistema* y de venganza hacia los políticos tan arraigado en la población. El reto de Humala está en convencer a los electores de la centroderecha de que se ha alejado de sus posturas iniciales ligadas a la izquierda radical. No obstante, el electorado de Keiko Fujimori es similar al de Humala, se encuentra principalmente en las clases D y E del país y la candidata, a pesar su juventud, tiene a sus espaldas la herencia del gobierno de su padre que también es recordado en estos sectores por sus políticas populistas y por haber derrotado el terrorismo. A pesar de obtener un sólido segundo lugar en el Congreso, Fujimori no las tiene todas consigo y su estrategia deberá centrarse en captar a los electores de las clases A y B que son los más reticentes a votar por Humala.

Pero como mencionamos antes, el elector peruano es uno de los más volátiles del continente y un importante número de ciudadanos decide su voto el mismo día de la elección, por eso resulta muy difícil armar las piezas de este rompecabezas. Si de aquí hasta la segunda vuelta, pautada para el 5 de junio, no surge algún escándalo o revelación espectacular que cambie dramáticamente el escenario electoral es muy probable que Ollanta Humala sea el próximo presidente del Perú. Esperemos que esto no signifique un nuevo revés democrático para nuestra región.

\* Doctora en Ciencias Políticas.