

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



Los discursos de campaña de Alan García y Pedro Pablo Kuczynski en la  
segunda vuelta electoral de las elecciones de 2006 y 2016

Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Ciencia Política y  
Gobierno presentado por:

Vasquez Mendoza, Josemiguel Enrique

Asesora:

Campos Ramos, María Milagros Socorro


Lima, 2025

## Informe de Similitud

Yo, Campos Ramos, Maria Milagros Socorro, docente de la Facultad de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis/el trabajo de investigación titulado Los discursos de campaña de Alan García y Pedro Pablo Kuczynski en la segunda vuelta electoral de las elecciones de 2006 y 2016 del/de la autor (a)/ de los(as) autores(as) Vasquez Mendoza, Josemiquel Enrique dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 7%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 20/02/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

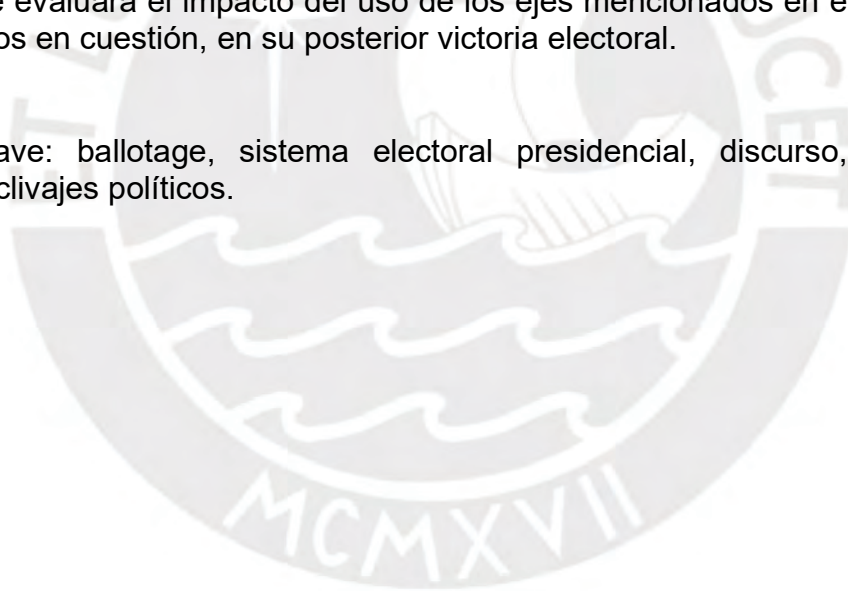
Lugar y fecha: Lima, 21 de febrero del 2025

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: <u>Campos Ramos, Maria Milagros Socorro</u>	
DNI: 08222474	Firma 
ORCID: 0000-0001-9711-3818	

## Resumen

La segunda vuelta es un mecanismo electoral que ha generado efectos provechosos para la gobernabilidad y la estabilidad democrática. Sin embargo, su aplicación ha traído también efectos negativos que han condicionado el actuar de los partidos y líderes políticos. El diseño institucional peruano y las características de su dinámica política partidaria, han llevado a sus candidatos a enfrentarse a contextos complejos en los que, para obtener una victoria electoral, deben adaptar sus ofertas electorales a escenarios particulares. En el Perú, en el presente siglo, se han presentado dos casos de reversión electoral en la segunda vuelta, suceso poco usual en sistemas electorales de esas características. La literatura expresa diversos factores por los cuales se puede explicar una reversión electoral. Entre ellas se encuentran estrategias electorales de moderación, del mal menor, o basadas en factores estructurales. Esta investigación busca ir más allá de un enfoque estructural, y se centra en uno electoral, para explicar escenarios en los que se haya dado una reversión electoral. Se presenta que los candidatos que terminaron en segundo lugar en la primera vuelta adaptan su discurso en tres ejes que determinaron su éxito electoral: i). la activación de clivajes o contingentes políticos, ii). coalición con actores políticos relevantes y iii). La coyuntura política. A través de una reconstrucción de procesos, se evaluará el impacto del uso de los ejes mencionados en el discurso de los candidatos en cuestión, en su posterior victoria electoral.

Palabras clave: ballotage, sistema electoral presidencial, discurso, coaliciones electorales, clivajes políticos.



## Índice de contenido

Introducción .....	1
1. Marco teórico.....	9
1.1. Identidades partidarias post colapso del sistema de partidos .....	9
1.2. Identidades partidarias negativas: antifujimorismo y antiaprismo .....	10
1.3. Factores de la reversión del resultado .....	13
1.4. Enfoques para el análisis de campañas electorales .....	15
1.4.1. Enfoque estructural .....	15
1.4.2. Enfoque electoral .....	17
1.4.2.1. El mal menor .....	19
1.4.2.2. Moderación.....	20
1.5. Formación de coaliciones o alianzas electorales .....	20
2. El contexto electoral peruano en el siglo XXI.....	24
2.1. Las elecciones de 2001 .....	24
2.2. Las elecciones de 2006 .....	25
2.3. Las elecciones de 2011 .....	27
2.4. Las elecciones de 2016 .....	27
2.5. Las elecciones de 2021 .....	31
3. Diseño de investigación.....	33
3.1. Metodología .....	33
3.2. Hipótesis .....	37
4. Análisis del discurso de campaña de Alan García en 2006 .....	38
4.1. La coyuntura política de la elección presidencial 2006 .....	38
4.2. Alianzas de Alan García con otras fuerzas políticas .....	54
4.3. Avisos televisivos del APRA .....	55
4.4. El debate presidencial de 2006 .....	61
5. Análisis del discurso de campaña de Pedro Pablo Kuczynski en 2016.....	65
5.1. La coyuntura política de la elección presidencial de 2016 .....	65
5.2. Alianzas de Pedro Pablo Kuczynski con otras fuerzas políticas .....	82
5.3. Los debates presidenciales de 2016 .....	85
Conclusiones.....	94
Referencias bibliográficas .....	103
Anexos .....	110

## Índice de tablas

Tabla 1: Resultados de Elecciones Presidenciales en Latinoamérica donde aconteció la reversión del resultado entre 1978 y 1998 .....	5
Tabla 2: Resultados de Elecciones Presidenciales en Latinoamérica donde aconteció la reversión del resultado entre 1999 y 2019 .....	6
Tabla 3: Resultados de las Elecciones Presidenciales de 2001, Primera y Segunda Vuelta .....	25
Tabla 4: Resultados de las Elecciones Presidenciales de 2006, Primera y Segunda Vuelta .....	26
Tabla 5: Resultados de las Elecciones Presidenciales de 2011, Primera y Segunda Vuelta .....	27
Tabla 6: Resultados de las Elecciones Presidenciales de 2016, Primera y Segunda Vuelta .....	30
Tabla 7: Resultados de las Elecciones Presidenciales de 2021, Primera y Segunda Vuelta .....	32
Tabla 8: Menciones y referencias del candidato Alan García en el debate presidencial del balotaje 2006 .....	63
Tabla 9: Menciones y referencias del candidato Pedro Pablo Kuczynski en el primer debate presidencial del balotaje 2016 .....	88
Tabla 10: Menciones y referencias del candidato Pedro Pablo Kuczynski en el segundo debate presidencial del balotaje 2016 .....	92
Tabla 11: Especialistas entrevistados .....	110

## Índice de figuras

Figura 1: Preferencias electorales ante una eventual segunda vuelta entre Alan García y Ollanta Humala en las elecciones presidenciales de 2006, en los meses de diciembre y enero .....	40
Figura 2: Preferencias electorales en la elección presidencial de 2006 en los meses de diciembre y enero .....	41
Figura 3: Preferencias electorales en la elección presidencial de 2006 en los meses de diciembre y enero .....	42
Figura 4: Preferencias electorales en la elección presidencial de 2006 en los meses de febrero y marzo .....	43
Figura 5: Preferencias electorales ante una eventual segunda vuelta entre Alan García y Ollanta Humala en las elecciones presidenciales de 2006, en la semana previa a la primera ronda.....	44
Figura 6: Antivoto de los candidatos presidenciales en la segunda vuelta de la elección presidencial 2006 .....	52
Figura 7: Preferencias electorales en las tres semanas previas a la segunda vuelta de la elección presidencial 2006 .....	53
Figura 8: Preferencias electorales en la semana siguiente a la primera ronda de la elección presidencial 2016 .....	65
Figura 9: Antivoto de Keiko Fujimori en la segunda vuelta de la elección presidencial 2016 en el mes de mayo .....	68
Figura 10: Preferencias electorales en la semana siguiente al primer debate presidencial de la segunda vuelta 2016.....	70
Figura 11: Preferencias electorales en la semana siguiente al segundo debate presidencial de la segunda vuelta 2016.....	81

## Introducción

El contexto político latinoamericano ha sido históricamente inestable. Se han atravesado constantes rupturas democráticas, causadas por conflictos de interés entre las élites nacionales o ante la falta de reformas y demandas ciudadanas (Welp, 2022). En las últimas décadas, con el fin de dotar de orden y estabilidad política, y solucionar tales demandas, se produjeron reformas que buscaban dotar de legitimidad al sistema político. Con la tercera ola de democratización, en Latinoamérica, se buscó generar un orden institucional que brindara estabilidad. En una parte de la región se dio una ola de reformas liberales y de apertura a nuevos actores políticos y sociales, buscando contrarrestar los problemas de legitimidad y representatividad. (Tanaka & Vera, 2010). Una de las reformas más importantes que se llevó a cabo fue la de la segunda vuelta electoral. En la actualidad, tal sistema de elección presidencial es el predominante en América Latina. En un primer momento, su introducción se utilizó con el fin de reducir la probabilidad de victoria de los partidos anti sistema a finales de la guerra fría, inclinándolos al sistema y motivándolos a formular alianzas ante una eventual segunda vuelta (McClintock, 2018).

Entre los efectos positivos de este sistema de elección se encuentran el impulso a los partidos a moderarse, y la legitimación del ganador. Esto último debido a que el ganador es elegido por la mayoría de electores, sin cuestionamientos. De esa manera, se fortalece la gobernabilidad (McClintock, 2021). Sin embargo, en la discusión académica, la suficiencia de tal legitimidad es también materia de debate, ya que significa únicamente una legitimidad de origen, y no garantiza la gobernabilidad. Por tanto, los ganadores se pueden ver obligados a efectuar coaliciones en el gobierno. Otra consecuencia no tan provechosa de la segunda vuelta es que facilita la entrada de nuevos partidos, lo cual puede llevar a multipartidismos que en ocasiones pueden llegar a ser extremos (Leal, 2018). Este multipartidismo, es uno de los efectos de las segundas vueltas que se encuentran en las leyes de Duverger. Sin embargo, el mismo Duverger señala que sus leyes formuladas se atañen a las condiciones de cada lugar en el que se examinen, es decir, que el efecto multipartidista no necesariamente se da al inicio de la aplicación de la regla de segunda vuelta, ni tampoco se dan en las mismas magnitudes en todos los lugares (Albán, 2022).

Para evaluar la legitimidad de origen, así como el contingente parlamentario del candidato ganador y la gobernabilidad, Canchari (2010) realizó un análisis comparativo a nivel de América Latina entre el sistema de segunda vuelta y el sistema de mayoría relativa. En su estudio, el autor menciona que los supuestos sobre estos sistemas electorales basados en las leyes de Duverger, fueron hechos pensados en regímenes parlamentarios con sistemas de partidos estructurados; sin embargo, en Latinoamérica se tiene una realidad distinta. En el caso peruano se tiene un régimen presidencialista y un sistema de partidos débil. El estudio demostró que la legitimidad que brinda la segunda vuelta es sumamente frágil, “no se basa en un voto de respaldo, es artificial y etérea, debido a que se desvanece o, puede mantenerse en pie, dependiendo de la capacidad de gestión del mandatario” (Canchari, 2010).

El autor concluye en que el sistema de mayoría relativa puede ser también beneficioso, pues en un sistema de pocos partidos, genera altos niveles de votación. Además, muestra que los presidentes que fueron elegidos en segunda vuelta, tuvieron un apoyo inicial de 34.5%, mucho menor al 49.4% con el que son electos en mayoría relativa. Asimismo, la contingencia parlamentaria es más favorable para los presidentes electos por mayoría relativa, y la diferencia es mayor si es que en las elecciones por segunda vuelta se da reversión de resultados, siendo que hay un mayor margen para la gobernabilidad en un sistema de mayoría relativa. Por último, indica que en el 85% de elecciones que se definieron en segunda vuelta, se dieron gobiernos divididos (Canchari, 2010). En síntesis, el sistema de segunda vuelta no está exento de defectos, sobre todo en lo que conlleva la gobernabilidad.

El Perú es uno de los trece países de la región que mantienen la regla de segunda vuelta. La adoptó desde 1979, con un paquete de reformas políticas que se dieron de arriba hacia abajo, con los partidos tradicionales al mando, y no se basaron específicamente en demandas sociales. A partir de tales reformas se produjo un sistema de partidos nuevo e inexperto, sumamente criticado por su incapacidad para responder a las crisis económicas y de violencia que azotaban al país. Este contexto de crisis abrió las puertas para que nuevos actores políticos como outsiders y personalismos anti políticos, tuvieran incentivos para incursionar en la política (Albán, 2022). El más importante de los nuevos actores producto de tal crisis fue Alberto Fujimori, quien con el mecanismo de segunda vuelta llegó al poder en 1990.

En 1992, el entonces presidente, dio un autogolpe de Estado, acabando con el institucionalismo que se tenía hasta entonces. Un año después se llevó a cabo un reemplazo constitucional, el cual se dio sin regulación previa, con cualidades procedimentales, y sin llegar a un acuerdo entre actores políticos sobre la regulación del Congreso Constitucional Democrático (CCD). El CCD atribuyó grandes poderes al ejecutivo para poder intervenir en el legislativo y otros poderes institucionales (Negretto, 2015). Este suceso es importante debido a que el diseño institucional tiene efectos en el devenir del sistema político; no obstante, se mantuvo la figura de la segunda vuelta.

El diseño institucional de la Constitución de 1993 mantiene una influencia en la debilidad de los partidos políticos, ya que su sistema de representación y sistema electoral ha generado una crisis de representación entre representantes y la ciudadanía (Jauregui, 2017). De esa manera, la formación de un nuevo sistema de partidos se ha visto mellada, y las elecciones consecuentes han mostrado candidatos y partidos intermitentes entre elecciones, sin la formación de lealtades políticas en el electorado. Esto refleja una baja confianza de parte la sociedad. Los ciudadanos perciben que las organizaciones políticas, el sistema de representación y los distintos niveles de gobierno no los representan realmente. En síntesis, el diseño institucional genera que los partidos carezcan de organizaciones con base territorial y conexión con los electores como consecuencia de la alta volatilidad electoral.

Un efecto pronunciado de las segundas vueltas en el Perú es su multipartidismo. Este efecto no se generó de manera instantánea tras la aplicación del mecanismo de segunda vuelta, sino que se trató de un efecto progresivo, el cual dependió de dos factores: la reelección presidencial y un contexto de crisis política, económica o social (Albán, 2022). En la actualidad, este multipartidismo ha devenido en una fragmentación partidaria, la cual ha sido generada por los partidos mismos, ya que estos poseen incentivos para que el sistema se expanda y haya una mayor entrada. La fragmentación electoral es característica de los sistemas de partidos débiles.

A pesar de ser poco usual a nivel general, en un escenario de fragmentación como el descrito, se pueden dar situaciones extraordinarias en las que se revierta el resultado obtenido en la primera vuelta electoral (Pérez-Liñan, 2008). Este es uno de los efectos contraproducentes que se dan en un sistema político con doble vuelta electoral (Canchari, 2010). Cuando se produce una reversión de resultados, es decir,

cuando el segundo lugar de la primera vuelta, termina siendo electo presidente en el balotaje, es muy probable que este obtenga un escaso contingente parlamentario, lo que puede poner en peligro la gobernabilidad y generar divisiones entre ejecutivo y legislativo.

Desde la introducción del mecanismo de segunda vuelta en Latinoamérica a fines del siglo pasado, de 1978 al año 1998, de 16 balotajes, se produjeron 6 casos de reversión de resultado con respecto a la primera vuelta. Es decir se revirtió el resultado en el 27% de los casos. Esto se dio en una ocasión en Perú (1990), Colombia (1998), República Dominicana (1996) y Guatemala (1990/91); y se dio en dos ocasiones en Ecuador (1984 y 1996) (Canchari, 2010). Cabe señalar que en cinco de los seis casos mencionados se produjeron elecciones con una competitividad muy alta en primera vuelta (Hurtado, 2020). En el caso de la elección presidencial en Colombia en 1998, la diferencia entre candidatos fue de 0,4% en la primera ronda, lo cual puede no constituir una diferencia significativa como para ser considerado un caso inusual de reversión de resultado. Por ejemplo, en 1994, Ernesto Samper, en primera ronda, obtuvo 0,3% más que su contrincante, y terminó ganando la presidencia en segunda ronda, lo cual no constituye un resultado sorpresivo, dado que ambos candidatos llegaban a la siguiente ronda con una diferencia ínfima.

El mismo caso se repite en ambas elecciones en Ecuador y Guatemala. En el caso peruano, la diferencia es ligeramente mayor, superando el 3%, aun así, se puede considerar un caso de competitividad muy alta entre candidatos. En el caso de República Dominicana, la diferencia es de 7%, lo cual puede ser considerada una diferencia más abultada, y un caso de reversión atípico e inusual del resultado electoral en la segunda vuelta.

Tabla 1

Resultados de Elecciones Presidenciales en Latinoamérica donde aconteció la reversión del resultado entre 1978 y 1998

Elección	Presidente	% del presidente en la 1° vuelta	% del competidor más cercano	Diferencia % presidente y competidor	% del presidente en 2° vuelta	% del adversario
Colombia 1998	Andrés Pastrana	34%	34,4%	-0,4%	51,9%	48,1%
Ecuador 1984	León Febres	27,2%	28,7%	-1,5%	51,5%	48,5%
Ecuador 1996	Abdalá Bucarám	26,3%	27,2%	-0,9%	54,5%	45,5%
Guatemala 1990/91	Jorge Serrano	24,1%	25,7%	-1,6%	51,2%	48,8%
Perú 1990	Alberto Fujimori	29,1%	32,6%	-3,5%	62,4%	37,6%
República Dominicana 1996	Leonel Fernández	38,9%	45,9%	-7%	51,3%	48,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de (Canchari, 2010) y (Hurtado, 2020).

Entre los años 1999 y 2019, se observa que de todos los balotajes producidos, en el 77% de los casos (26 elecciones), el candidato que ganó en primera vuelta, volvió a ganar en la segunda vuelta. En el 23% restante (8 elecciones), se revirtió el resultado y ganó el segundo lugar de la primera vuelta. Este caso se dio en una ocasión en Argentina (2015), Colombia (2014), Costa Rica (2018) y Guatemala (2019). Y en dos ocasiones en Uruguay (1999 y 2019) y Perú (2006 y 2016) (Hurtado, 2020). A diferencia del siglo pasado, se pueden observar ganadores en primera ronda con diferencias más amplias con respecto al segundo lugar, y un menor porcentaje de reversiones electorales.

Tabla 2

Resultados de Elecciones Presidenciales en Latinoamérica donde aconteció la reversión del resultado entre 1999 y 2019

Elección	Presidente	% del presidente en la 1° vuelta	% del competidor más cercano	Diferencia % presidente y competidor	% del presidente en 2° vuelta	% del adversario
Argentina 2015	Mauricio Macri	34,1%	37%	-2,9%	51,3%	48,7%
Colombia 2014	Juan Manuel Santos	25,7%	29,3%	-3,6%	53,1 %	46,9%
Costa Rica 2018	Carlos Alvarado	21,6%	24,9%	-3,3 %	60,6%	39,4%
Guatemala 2019	Alejandro Giammattei	13,9%	25,5%	-11,6%	57,9%	42,1%
Perú 2006	Alan García	24,3%	30,6%	-6,3%	52,6%	47,4%
Perú 2016	Pedro Pablo Kuczynski	21%	39,9%	-18,9%	50,1%	49,9%
Uruguay 1999	Jorge Battle	32,8%	40,1%	-7,3%	54,1%	45,9%
Uruguay 2019	Luis Lacalle Pou	28,6%	39%	-10,4%	50,8%	49,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de (Canchari, 2010) y (Hurtado, 2020).

Desde 2020, en los balotajes producidos en la región, los casos de reversión han ido en aumento. De ocho elecciones que han ido a segunda vuelta se han producido cinco casos de reversión de resultado, en dos ocasiones en Ecuador (2021 y 2023) y en una ocasión en Chile (2022), Costa Rica (2022) y Argentina (2023). A pesar de ello, en el recuento general desde 1978, se obtiene un total de 58 elecciones presidenciales que se definieron en balotaje, en 19 ocasiones, el candidato que obtuvo el segundo lugar en la primera ronda, terminó ganando la presidencia. Es decir, la reversión de resultado se ha dado en el 31% de casos.

En el Perú, desde el retorno a la democracia en el año 2000, se han tenido cinco procesos electorales consecutivos, lo cual representa la mayor estabilidad en términos electorales de su historia. Como se ha observado, en este periodo se han presentado dos casos en el que el candidato que obtuvo el segundo lugar en la primera ronda terminó ganando la elección presidencial en el balotaje. Estos fueron los casos de Alan García en 2006 y Pedro Pablo Kuczynski en 2016.

Para explicar estos casos, no se puede considerar a un único factor por sí mismo. Se puede decir que la complejidad de una elección presidencial se ve determinada por múltiples factores. Sin embargo, las distintas variantes y acontecimientos que puede influir en una elección se pueden ver condensados en el discurso de los candidatos. Para fines de esta investigación, se busca estudiar el discurso de los candidatos García en 2006 y Kuczynski en 2016, debido a que esta herramienta comunicacional con la cual se puede informar y persuadir al electorado a gran escala, es útil para el análisis de cómo es que ambos candidatos tuvieron éxito ante una tarea difícil como la de revertir la elección. El análisis de sus discursos y actitudes, sirven de igual manera para comparar ambos casos y encontrar qué nos dicen las elecciones en el Perú del sistema político.

En ese sentido, la presente investigación busca analizar el rol del discurso como un factor que explique la reversión del resultado en la segunda vuelta electoral de las elecciones de 2006 y 2016. Se buscará responder a la siguiente pregunta: ¿Qué factores del cambio de discurso de las candidaturas de Alan García en 2006 y Pedro Pablo Kuczynski en 2016 lograron revertir el resultado de las elecciones presidenciales en la segunda vuelta? La respuesta a tal pregunta se apoya en tres elementos sin los cuales las candidaturas no pudieron haber revertido la elección. Estos son: la activación de clivajes o contingentes electorales, la coalición o alianzas electorales con otros actores políticos relevantes, y la coyuntura política nacional e internacional.

La investigación se enmarca en los estudios sobre campañas electorales en la segunda vuelta. Por un lado, una parte de la literatura se centra en un enfoque estructural para el análisis de campañas, el cual alega que los determinantes de la competencia electoral son los clivajes estructurales. Por otro lado, hay un enfoque electoral en el que se mencionan estrategias basadas en la moderación o del mal menor. Sin embargo, estas estrategias no son suficientes para poder explicar al completo el éxito de las candidaturas que revirtieron el resultado en segunda vuelta. Tal enfoque, se ha mencionado que a la activación de clivajes se le suma el componente de “suerte” o del “error”; sin embargo, en este estudio se consideran variables más explicativas y precisas, como el de las coaliciones y la coyuntura. Por tal razón, esta investigación sigue tal enfoque electoral, y al mismo tiempo llena un

vacío en la literatura, ya que busca ir más allá del discurso moderado o del mal menor para explicar la victoria de los candidatos en cuestión.

El diseño de investigación propone realizar un análisis del discurso de los candidatos de estudio en la segunda vuelta, de esa manera se evaluarán los cambios en el discurso del candidato a lo largo de la campaña electoral. Para realizar esto se llevará a cabo una reconstrucción de procesos a partir de evidencia discursiva encontrada en medios de comunicación escritos y en video. Asimismo, se recogerá su discurso en los debates presidencias y publicidades televisivas. Para determinar la influencia de su cambio de discurso en las preferencias electorales, se utilizarán encuestas de opinión que reflejan la evolución de la intención de voto a lo largo de su evolución discursiva.

A continuación, se presenta el marco conceptual propuesto para el análisis de campañas electorales y factores que puedan explicar la reversión del resultado y la formación de coaliciones. Luego, se explora lo escrito en la literatura con respecto a elecciones presidenciales en el Perú y los casos de estudio en cuestión. Después, la metodología de investigación, la hipótesis planteada y la recolección de información. Finalmente se describirá el análisis de los hallazgos.

## 1. Marco teórico

### 1.1. Identidades partidarias post colapso del sistema de partidos

La dinámica electoral en el Perú durante el siglo XXI, no puede entenderse sin una perspectiva teórica que explique el desarrollo de los partidos políticos luego del colapso del sistema de partidos. Los partidos políticos son por definición básica un grupo político que compite en elecciones (Sartori, 2005); sin embargo, tras el fujimorato, los partidos y el sistema de partidos en general se encontraban debilitados y poco institucionalizados. Según Cantú y Carreras, en Latinoamérica, en países con partidos poco institucionalizados y sin perfiles claros, los debates presidenciales tienen un efecto en el electorado, lo cual deja un importante lugar para el discurso de los candidatos. Ante el vacío de partidos sólidos, se puede denominar que en el Perú existe una política electoral centrada en candidatos (Meléndez, 2019), más que de un sistema de partidos cohesionados en una dinámica de competencia electoral. Esta dinámica de candidatos, llena un vacío que un sistema de partidos poco institucionalizado no puede llenar por sí mismo.

La sociedad peruana, en general es desinteresada en la política. Según la Encuesta Mundial de Valores, el interés por la política en el Perú, desde el año 2005 hasta 2014 se registraba en una cifra menor al 30%, y el desinterés absoluto sobrepasó el 35%. En los estudios del Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP) de 2008 a 2012, las mismas cifras se pueden observar, siendo la población interesada un 28%, y un 34% señaló no tener ningún interés en ella.

Los sistemas de partidos colapsan porque los partidos no son capaces de articular activos políticos existentes para sobrevivir (Morgan, 2011). En el Perú, se trató de un contexto extremo de desafección política generalizada, sin patrones predecibles y una volatilidad electoral alta (Meléndez, 2019). Los partidos políticos en el Perú post colapso, no han sabido forjar identificaciones partidarias completas en base a rasgos programáticos o ideológicos. Se obtiene entonces un sistema partidario con bajos niveles de institucionalización, sin identidades completamente desarrolladas. Las identidades partidarias pueden tomar décadas en construirse. En este contexto, la variable ideológica se combina con una personalista (Meléndez, 2019).

De esa forma, el juego electoral es posible a pesar de la falta de representación partidaria usual. Es así como élites políticas movilizan ciudadanos de manera efectiva

a través de vínculos programáticos-personalistas, para resolver problemas de elección social (Meléndez, 2019). Se pueden identificar tres tipos de identidades partidarias incompletas: emergentes (en donde se encuentra el fujimorismo); sobrevivientes (en donde está el aprismo); y negativas (en donde se encuentran los “antis”). En el caso de las identidades emergentes y sobrevivientes, los partidos sostienen su afinidad ideológica de manera no cohesionada, debido a que dentro del partido, suelen haber identificaciones ideológicas en distintos extremos del espectro político. Es el liderazgo personalista el que llena este vacío (Meléndez, 2019). Otro componente importante de estas identidades son sus arraigos anti sistema, en los cuales nacieron tanto la identidad aprista (en los años cincuenta), como fujimorista (en los años noventa). A pesar de su falta de cohesión ideológica, ambas identidades están inclinadas hacia la derecha del espectro político, esto como parte de simpatía con el sistema económico de mercado y de reglas del juego político. Por ello, pueden ser considerados actores pro sistema. Aun así, el carácter anti sistema originario es parte importante de su identidad (Meléndez, 2019).

## 1.2. Identidades partidarias negativas: antifujimorismo y antiaprismo

Otra de las identidades partidarias, identificadas por Meléndez (2019), en el sistema de partidos post colapso, es el de los antis. En análisis de estas identidades permite comprender el funcionamiento de la política peruana en su contexto de bajo desarrollo partidario. La ausencia de un sistema de partidos institucionalizado no significa la ausencia de criterios políticos que puedan definir elecciones; las identidades negativas le dan cierta predictibilidad a la política (Meléndez, 2019). En este contexto, las identidades negativas reemplaza de manera efectiva la función de selección social (Aldrich, 1995).

Las identidades negativas tienen una estructura autónoma y coherente, la cual se sostiene en el rechazo de un sujeto a votar por un partido en particular (Medeiros & Noel, 2013). Como se ha descrito, un escenario de baja institucionalización del sistema de partidos hace que la construcción de identidades sea difícil, sea esta negativa o positiva. Sin embargo, en la historia política del Perú, han sido relevantes dos identidades negativas que han organizado de manera exitosa la política electoral: el antiaprismo y el antifujimorismo (Meléndez, 2019). La historia política del siglo XX peruano puede verse marcada por una disputa entre aprismo y antiaprismo (Manrique,

2009). Asimismo, como se ha visto en el repaso de las elecciones peruanas en el siglo XXI, el antifujimorismo ha sido un actor relevante en la política electoral del presente siglo.

Estas identidades surgen por la ausencia de identidades partidarias más fuertes en el contexto pos colapso de sistema de partidos. Este escenario, además, incrementa el alcance de estas identidades negativas (Meléndez, 2019). Estas identidades negativas pueden ser altamente determinadas por la ideología (Rose & Mishler, 1998), y al no ser cohesionadas por ninguna simpatía, como en el caso del fujimorismo y el aprismo, sus partidarios tienen mayor autonomía. A pesar de tener fuertes arraigos ideológicos, tienen pocas conexiones con identidades grupales, por lo cual las identidades negativas tienden a tener un razonamiento instrumental (Medeiros & Noel, 2013). En el caso peruano, estas identidades tienden a tener mayor afinidad con candidatos anti sistema y de izquierda, por lo cual se contraponen a la tendencia derechista de las identidades emergentes y sobrevivientes (Meléndez, 2019). De esa forma, estas identidades negativas son articuladas por atractivos que expresan el rechazo al sistema.

Entre otras características de las identidades partidarias negativas en el Perú, se encuentran que mientras una persona tiene mayor edad, tiene mayor probabilidad de ser “anti”. A su vez, a mayor insatisfacción con los servicios del estado, tiene mayor probabilidad de ser “anti”. Por otro lado, el antifujimorismo es mayor en sectores de ingresos altos y entre la población masculina (Meléndez, 2019). El porcentaje de individuos “anti”, es variable entre las ofertas partidarias existentes, ya que no son monopolizadas por un único partido. De igual manera, estos partidos tienden a ser de izquierda. El caso de la victoria de Kuczynski en 2016 expresa una nueva vertiente antifujimorista de derecha que no se detectaba en la opinión pública de manera previa (Meléndez, 2019).

Debido a la desafección generalizada con la política de la sociedad peruana en el escenario post colapso actual (Meléndez, 2019), es que se forman individuos “independientes” o indecisos, en términos políticos electorarios, los cuales tienen un voto estratégico. Es parte de esta desafección también, que surjan identidades “anti”. Los independientes no ven atractivo al fujimorismo, incluso la derrota de este partido en 2016 se explica por la cantidad de independientes que decidieron votar a favor del activismo antifujimorista (Meléndez, 2019). Sin embargo, ello no significa que este

bloque independiente se identifique como parte de una identidad política negativa. Por ejemplo, la percepción de Keiko Fujimori como democrática, reduce la probabilidad de ser antifujimorista (Meléndez, 2019).

A partir de lo descrito según la literatura especializada en relación a las elecciones generales llevadas a cabo en el Perú en el siglo XXI -en un escenario post colapso del sistema de partidos- y con relación a las identidades partidarias emergentes, sobrevivientes y negativas, que surgieron en este contexto se rescata lo siguiente: primero, en términos electorales, la política peruana post colapso de partidos está centrada en candidatos recurrentes entre elecciones, más que en un sistema de partidos cohesionado. Segundo, el Perú no cuenta con un sistema de partidos totalmente institucionalizado, y está conformado por identidades partidarias incompletas, las cuales se han construido a partir de factores programáticos/ideológicos y personalistas. Tercero, un efecto del vacío identitario de la política partidaria peruana es la aparición de identidades negativas, las cuales, son relevantes en tiempos de elecciones. Las identidades negativas más relevantes históricamente son la antiaprista y la antifujimorista. Cuarto, la política partidaria peruana, debido a múltiples factores, ha desembocado en un juego electoral de tres actores principales (en las elecciones de 2001 y 2006), a múltiples actores que representan la fragmentación de la política partidaria (2021). Por último, de las cinco elecciones generales dadas en el siglo XXI en el Perú, en tres de ellas (2001, 2011 y 2021) se obtuvo el mismo ganador en ambas rondas electorales; mientras que en dos (2006 y 2016), hubo una reversión del resultado electoral inicial.

Este fenómeno es poco usual en balotajes presidenciales, y se da en dos momentos electorales no consecutivos. Además, en ambas elecciones participaron cuatro ofertas electorales distintas, característica propia del multipartidismo peruano. Entre estos se encontraron el aprismo, en 2006, y el fujimorismo, en 2016. Mientras que el APRA resultó ganador y logró revertir el resultado, Fuerza Popular sufrió la reversión de la elección y perdió la ventaja obtenida en primera ronda. Ambos partidos, si bien populares y con fuertes identidades programáticas-personalistas, son también partidos con un contingente adverso. Por parte del APRA, se encontraba ante la tarea de revertir una elección. Por parte de Fuerza Popular, tenía la labor de mantener su ventaja. En este contexto, se busca identificar los factores que puedan explicar la reversión de una elección en la segunda vuelta.

### 1.3. Factores de la reversión del resultado

La reversión del resultado en la segunda vuelta electoral es un fenómeno inusual. Respuestas clave para explicarlo pueden encontrarse en las estrategias de los candidatos electorales. Además de la presentación de nuevas propuestas, factores como el discurso y la movilización de bases, pueden tener un impacto significativo en la intención de voto y el resultado final de la elección (Jerit, 2004). Asimismo, el apoyo de otros partidos o líderes políticos es un factor importante. El endoso y la formación de una coalición o alianza con otros líderes políticos influyentes pueden ser determinantes en una elección (Kitschelt & Wilkinson, 2007). Además, una variable de importancia es el rol que pueden jugar los movimientos sociales en la reversión del resultado, los movimientos sociales tienen una gran capacidad de influencia (Tarrow, 1998).

Para explicar las razones de la reversión del resultado, se debe tomar en cuenta la masa flotante de votantes cuyo candidato elegido en la primera vuelta, no logró avanzar a la siguiente ronda. Es esta masa de votantes a los que los candidatos apelan. En caso de que estos votantes se aglutinen en torno a una candidatura, esto significará un gran número de nuevos electores (Blais & Massicotte, 2005), que, de agruparse con el candidato que resultó perdedor de la primera vuelta, pueden generar la reversión del resultado. Los candidatos pueden movilizar sus bases a través de campañas más intensas. De lograr con éxito la agrupación de distintas bases hacia su candidatura, puede tener efectos significativos en los resultados entre la primera y segunda vuelta. En tanto depende de la capacidad del candidato, el discurso significa una herramienta importante para este efecto aglutinador.

Para una evaluación de las razones que llevaron a una reversión de resultado, es importante tomar en cuenta la coyuntura de la elección. La coyuntura política a nivel nacional e internacional puede influir en la reversión del resultado. Una crisis económica o política en curso puede generar descontento y volatilidad en el electorado, lo cual probablemente afecte las preferencias de voto. Asimismo, los escándalos políticos que ocurren entre la primera y la segunda vuelta pueden tener un impacto significativo en la opinión pública y modificar el panorama electoral (Newman & Perloff, 2004). Los candidatos pueden aprovechar estos eventos para impulsar su candidatura. Si el candidato logra adaptar su discurso a la coyuntura de

manera eficaz, puede tener un impacto importante en la intención del voto (Newman & Perloff, 2004). Parte de la coyuntura son también las movilizaciones que ocurrieran en medio de la campaña electoral. Estas pueden tener un impacto considerable en la reversión del resultado.

Los mensajes políticos y los discursos pueden influir en la opinión pública y en el comportamiento electoral. Los candidatos pueden utilizar estrategias discursivas persuasivas para captar un mayor número de votantes. El discurso político puede jugar un papel clave en el resultado de la elección al omitir hechos sobre el contrincante (Jamieson & Waldman, 2004). Para buscar persuadir a los votantes, los electores pueden apelar a la emoción para influir en las actitudes y creencias de los votantes. A través del discurso se puede cambiar la opinión pública y hacer ver a su candidatura como más atractiva (Newman & Perloff, 2004). Los discursos emocionales pueden buscar generar emociones positivas como la esperanza para la candidatura propia, o temor o indignación hacia la otra candidatura. Al aprovechar las emociones, los candidatos pueden crear una conexión emocional con los votantes y motivarlos a apoyar su candidatura (Mutz, 2006). El candidato aprovecha los elementos de la coyuntura que le resultan convenientes, en ese sentido realiza un framing y resalta ciertos aspectos de la situación política. Selecciona ciertos aspectos de una realidad percibida y los comunica textualmente de una manera en la que promueve una interpretación a un problema particular, una evaluación moral y una recomendación del problema descrito; de igual manera, así como resalta ciertos aspectos de la realidad, omite otros (Entman, 1993).

A partir de lo visto, en la reversión del resultado pueden afectar múltiples factores que pueden provenir de la estrategia de un candidato, para buscar la adopción de una masa flotante de electores, sean independiente o indecisos, cuyo candidato elegido en primera ronda no haya alcanzado el balotaje. Asimismo, hay variables que pueden escapar el control práctico de los candidatos. Sin embargo, ello no significa que un candidato no pueda articular en su discurso hechos que escapen su control como sucesos de la coyuntura o errores de su contrincante. En su discurso, el candidato puede realizar un framing de qué contar y de qué manera hacerlo. En ese sentido, para explorar los elementos que un candidato puede articular en su discurso se pueden encontrar dos perspectivas o enfoques para analizar una

campaña electoral. Uno de características estructurales y otro más práctico o electoral (Tanaka, Sosa-Villagarcía, & Puémape, 2017).

#### 1.4. Enfoques para el análisis de campañas electorales

##### 1.4.1. Enfoque estructural

Un tipo de enfoque para el estudio de los procesos electorales es el estructural, en el cual las elecciones son analizadas a partir de los clivajes sociales y factores estructurales existentes en un lugar determinado. Estas variables pueden explicar el devenir de los procesos electorales. Como factores estructurales se pueden considerar la estructura política en tanto al sistema de partidos, las instituciones electorales, y las condiciones socioeconómicas (Colomer, 2004). Un estudio de estos factores es importante para el análisis de las campañas electorales. Por ejemplo, en un contexto de multipartidismo, los partidos tienen incentivos para formar coaliciones o alianzas electorales en una eventual segunda vuelta, y adoptar estrategias de moderación. Por otro lado, existen condiciones sociales como la desigualdad socioeconómica, niveles de inflación, conflictos sociales, que pueden tener un efecto en las preferencias electorales (Lijphart, 2012).

En misma línea, se considera que las condiciones estructurales demográficas pueden tener una influencia en las preferencias de los votantes y en las estrategias de los candidatos. La geografía electoral puede demostrar patrones en las preferencias electorales que pueden representar clivajes interiorizados según la zona. Las características demográficas, culturales o socioeconómicas de determinado lugar pueden influir en las preferencias y comportamientos de los votantes. Las zonas urbanas y rurales pueden tener preferencias políticas distintas, y los candidatos pueden adaptar a estas su discurso y estrategias de campaña (Ansolabehere, Dagonel, Kuriwaki, & Yamauchi, 2023). Otra de las condiciones estructurales que influye en la elección son los actores externos. Estas pueden ser organizaciones internacionales o líderes políticos de otros países. El apoyo o intromisión de estos actores tiene un efecto en las dinámicas electorales, las preferencias de los electores, y la estrategia de los candidatos (Norris, 2011).

En tanto a la geografía electoral, existe la idea de que el sur del Perú vota por candidatos anti sistema y generalmente de izquierda. Hasta las elecciones de 2016,

existían patrones de tradiciones ideológicas en la izquierda en el caso de Ollanta Humala y Verónica Mendoza (Meléndez, 2019). Para la elección de 2021, Encinas y Fuentes (2022), señalan que si bien esta aproximación es útil, es incompleta, pues la realidad es más profunda. Para Incio (2022) el sur no tiene una afiliación política con estos candidatos, es una región volátil y que no presta lealtades políticas, solo votan por los candidatos que significan una oportunidad de cambio. En un estudio empírico encontraron que, en la primera vuelta, el sur no votó de manera homogénea por Perú Libre, y que además se encontró votantes de Perú Libre en parte del norte y centro del país. Encontraron que los sectores donde el candidato tuvo menor votación se encontraban más concentradas que los sectores con amplio margen de votos. Según Incio (2022), la estrategia y alcance de Perú Libre fue bueno, lo cual se vio reflejado en la elección de representantes en diversos distritos electorales, por lo cual pueden haber priorizado potencias sus fortalezas, antes que resolver sus debilidades en otros distritos electorales.

En contraparte del sur del país, Lima significaba un bastión de la derecha en el Perú. Hasta la elección de 2016, existían patrones de tradiciones ideológicas entre votantes de Lourdes Flores y Pedro Pablo Kuczynski (Meléndez, 2019). Sosa-Villagarcía (2022) señala que este clima se ha dado desde este siglo y no ha desaparecido desde entonces, sino que ha sido fenómeno constante en el tiempo. Es en esta región y en el oriente, en los que Perú Libre tuvo sus mayores debilidades (Encinas & Fuentes, 2022). Las principales preferencias de esta región en la última elección de 2021 fueron Hernando de Soto, Rafael López Aliaga y Keiko Fujimori, todos de derecha

En el caso peruano, se han analizado elecciones utilizando este enfoque y los factores mencionados. Para Panfichi, las características que refleja la elección presidencial de 2006, son las de un país “profundamente dividido social, étnica y regionalmente, marcado por clivajes socioeconómicos”. Para Vergara (2007), la misma elección mostró un electorado que pedía una alternativa de centro, con un rol más activo del estado para solucionar la exclusión y desigualdad; y otro electorado que desconfiaba de tal idea. La candidatura de Alan García respondía a una vertiente de populismo institucional, ligada a una corriente histórica reformista y de derechos sociales promovidos en democracia desde el Estado, que se buscó expresar esencialmente por los gobiernos del Apra y Acción Popular en la década del ochenta.

Por otro lado, Humala representaba un populismo nacionalista y de características autoritarias que se resembledan con el legado de Juan Velasco Alvarado y la revolución del campo. Para el autor, lo que dio la victoria a García fue la elección de la ciudadanía por la variante institucional que reivindicó su inclusión en el proyecto estado-nacional, una apuesta por la democracia (Vergara, 2007). En ese sentido, la moderación y posicionamiento en el centro de García significó la diferencia.

Más adelante, en cuanto a la elección de 2011, según León (2011), la victoria final de Ollanta Humala está caracterizada por “las estructuras, el marketing político y el error de sus contrincantes”. Tanaka, Sosa Villagarcía y Puémape (2017), comentan que, según la literatura habitual, las elecciones presidenciales de 2006 y 2011 -en las que Humala llegó a segunda vuelta- se caracterizaron por clivajes pro sistema y anti sistema. Estos clivajes estaban marcados por problemas estructurales socioeconómicos entre Lima y el sur del país, que reflejan las divisiones que se crearon a partir de la poca redistribución hacia estas regiones en el marco del crecimiento macroeconómico del Perú en las últimas décadas. Estos autores distinguen entre un enfoque estructural y otro electoral. Señalan que si bien es innegable la existencia de factores estructurales, estos no funcionan por sí mismos, sino que tienen que ser activados por los candidatos y la dirección que le dan a su discurso.

En ese sentido, consideran que el factor que le terminó dando la victoria a Humala no fue un discurso basado en la desigualdad o redistribución, sino uno enfocado en atraer el voto de las clases medias, un discurso centrado en el clivaje fujimorismo-antifujimorismo. Los autores señalan que la elección de 2016 no es tan distinta a sus predecesoras, en el sentido de que la estrategia ganadora se basa en la activación de un clivaje y factores políticos contingentes. Se necesitan de clivajes para formar identidades partidarias, en el sentido de que se formen ejes de competencia que dividan al electorado y estructuren rivalidades partidarias (Roberts, 2015)

#### 1.4.2. Enfoque electoral

Los factores estructurales si bien son de importancia e influyen en la intención de voto, no funcionan por sí mismos. El enfoque electoral implica que, es a través de las distintas estrategias de campaña, que los candidatos influyen en los votantes. Como mencionan Tanaka, Sosa Villagarcía y Puémape (2017), son estos quienes tienen que

activar los clivajes estructurales, u otros factores. En una segunda vuelta, los candidatos adaptan su discurso e imagen pública a la nueva coyuntura. El objetivo de los candidatos es movilizar sus propias bases electorales y persuadir votantes indecisos, lo cual también implica ganar el apoyo de votantes de otros candidatos que quedaron fuera de la segunda vuelta. Para esto desarrollan propuestas que apelen a distintos grupos sociales.

Los medios de comunicación juegan un papel importante en las campañas electorales, ya que cumplen un rol informativo que influye en los votantes (Ayala & Patriau, 2022). La cobertura mediática, los debates televisivos y los anuncios políticos influyen en la percepción de los candidatos y en la toma de decisiones de los votantes. En estos términos, en el caso peruano, los debates presidenciales pueden llegar a jugar un rol importante en la decisión del voto (Cueva, 2017). La mención de los medios es importante, debido a que es la ventana en la cual los candidatos aplican sus mensajes y discursos para llegar al electorado de manera masiva. Al momento de enviar un mensaje es importante cómo los candidatos se presentan a sí mismos. Las características personales, el carisma y reputación de los candidatos influye en la percepción de los votantes. Los candidatos construyen una imagen con la cual buscan ganar el respaldo de los electores (Newman & Perloff, 2004).

Otro aspecto importante del estudio de un enfoque electoral es el apoyo de actores políticos influyentes, sean organizaciones/colectivos o actores individuales. El apoyo de líderes políticos, partidos y organizaciones de la sociedad civil, puede aumentar la legitimidad de un candidato en la segunda vuelta y finalmente influir en el resultado de la elección (Newman & Perloff, 2004). Por último, un elemento importante para el estudio de elecciones o candidaturas desde un enfoque electoral es el uso de situaciones contingentes (Newman & Perloff, 2004), en los que, más allá de la probabilidad de una coyuntura, se utiliza un evento hipotético en el discurso. De esa manera se dimensiona como los votantes pueden verse afectados por tal evento.

Según Tanaka, la política peruana es imprevisible. Ayala (2017) considera que es difícil establecer un tipo de lógica que garantice el éxito electoral, pero indica que -en el marco de representación interna- la lógica electoralista de ampliación de imagen es generalmente utilizada en los partidos políticos, por lo que los candidatos priorizan expandir su capacidad de llegada, antes que reafirmar un compromiso organizativo partidario. Tuesta (2017) menciona que una de las dinámicas que anima al voto en la

segunda vuelta es el sentimiento contrario a uno de los candidatos. Como se mencionó anteriormente, la campaña de Kuczynski era desordenada, fueron variables coyunturales las que explican su victoria en segunda vuelta, como la oposición del electorado a Keiko Fujimori (Ayala & Patriau, 2017). Una estrategia funcional en el caso de una elección polarizada, puede ser la de la ampliación de imagen basada en el sentimiento contrario de un candidato o el posicionamiento como “el mal menor”.

#### 1.4.2.1. El mal menor

Una de las herramientas discursivas utilizadas en una segunda vuelta es la del mal menor. Existen situaciones en las que ambos candidatos son vistos como peligrosos para el electorado, en ese escenario, buscan posicionarse como la opción menos perjudicial o amenazante. Se genera un criterio de descarte de candidatos que se da cuando las identidades políticas negativas son mayores que las positivas. Este hecho se da mayormente en sistemas de partidos poco institucionalizados, como el peruano (Meléndez, 2019). Los votantes evalúan y comparan a los candidatos según sus preferencias políticas y los riesgos que asocian a cada opción. Así, los candidatos manejan una lógica calculadora de su voto. La percepción de los electores sobre los candidatos se ve influenciada por las campañas electorales y el discurso, ya que llevan a cabo un voto estratégico; sin embargo, no se trata únicamente de un voto estratégico, sino que las identidades negativas son expresadas en temores, odios y resentimientos que son más visibles ante la falta de identidades positivas. En momentos críticos es más conveniente agitar los sentimientos de los electores (Meléndez, 2019).

. La teoría de la elección racional expresa que los votantes evalúan los costos y beneficios de las opciones electorales y votan por la que perciben como la más favorable para ellos. En ocasiones, la selección de candidatos presidenciales sigue la lógica del mal menor, lo cual no es raro en política. En un contexto político partidario como el peruano, la experiencia muestra que ha jugado un rol decisivo. Así, se forma un sistema basado en atractivos personalistas y desconfianza hacia los políticos, en el que se elige al menos malo según la intensidad de las antipatías (Meléndez, 2019). En un sistema como tal, predomina el pragmatismo, en especial en sistemas de doble vuelta; aun así, al momento de elegir la opción menos mala, se basa en referencias establecidas (Meléndez, 2019). Albán (2022) menciona que un camino que llevó al

éxito en la segunda vuelta a Alberto Fujimori en 1990, Alan García en 2006 y Pedro Pablo Kuczynski en 2016, fue el de criticar al establishment en la primera ronda y en la segunda vuelta presentarse como el mal menor.

#### 1.4.2.2. Moderación

La moderación de los candidatos presidenciales es uno de los objetivos que se buscó con la reforma de segunda vuelta, la cual comenzó a ser adoptada en Latinoamérica con la tercera ola de democratización. Ante la difícil tarea de ganar una elección en primera ronda con un sistema de partidos multipartidista, los candidatos tienen la misión de moderarse para ganar el apoyo de la mayoría de la población en una segunda ronda. La moderación de un candidato implica la moderación en su discurso y tono de campaña. A través de su mensaje, el candidato busca conciliar y evitar posturas radicales que puedan alejar a los votantes moderados. Esta estrategia puede implicar un cambio en el posicionamiento ideológico, de esa manera el candidato se desplaza hacia el centro político para conseguir el apoyo de votantes moderados (McClintock, 2018). Esta moderación y acercamiento al centro, puede implicar también la formación de coaliciones heterogéneas con líderes y fuerzas políticas que no hayan logrado pasar a segunda vuelta. De esa manera, no solo se captan votos del centro político, sino de distintos grupos del espectro político.

#### 1.5. Formación de coaliciones o alianzas electorales

Al momento de formar una alianza o coalición, esta puede darse debido a cercanías ideológicas y programáticas. Es poco probable que un candidato forme una alianza con un líder de una posición lejana a la suya. Así, se puede buscar promover una agenda común y aumentar su influencia en la política postelectoral (Bawn, y otros, 2012). En la misma línea, una motivación para la búsqueda de alianzas o coaliciones estratégicas, es la representación de intereses o preocupaciones comunes en torno a clivajes sociales, los cuales pueden desarrollarse en torno a problemáticas como la clase, etnicidad, religión y regionalismos, como fue el caso de los sistemas democráticos europeos (Lipset & Rokkan, 1967).

Por otro lado, los candidatos presidenciales también pueden formar coaliciones que busquen captar votantes de todos los sectores políticos. La formación de coaliciones tienen el objetivo de combinar bases de apoyo y sumar votos para

alcanzar la mayoría necesaria (Cox, 1997). Así, lo que motiva a la formación de coaliciones puede ser la necesidad de maximizar las posibilidades de ganar la elección. Al combinar recursos, apoyo político y cobertura electoral, las coaliciones pueden aumentar las probabilidades de éxito (Carrubba & Gabel, 2008).

Otra razón para la formación de coaliciones, con una mirada más hacia el futuro, son la búsqueda de garantías para la gobernabilidad en contextos de inestabilidad y debilidad institucional. Desde la academia se han dado nombres particulares a tales fenómenos, como el de la difícil combinación. Esta teoría, desarrollada por (Chasquetti, 2008) y también explorada por Albala (2016), sugiere que una difícil combinación surge de la suma del mecanismo de segunda vuelta con la institución de presidencialismo y un contexto multipartidista. La teoría indica que si un presidente es electo por balotaje y no contara con mayoría parlamentaria -como suele ser en la mayoría de los casos- enfrentará mayores riesgos de inestabilidad política.

Chasquetti también habla sobre los gobiernos de coalición, los cuales proveen una estabilidad democrática al problema de la difícil combinación. Albala define a un gobierno de coalición como una “alianza de partidos con el fin de una acción gubernamental común, alrededor de un presidente, contando con una convergencia de los recursos organizacionales y financieros de cada uno de los participantes y que desemboca en una repartición de carteras ministeriales entre los mismos participantes” (Albala, 2016). Estas alianzas han venido siendo comunes en la región en países como Uruguay, Chile y Brasil; en el caso peruano no se han observado ejemplos significativos.

En síntesis según la teoría que utiliza esta propuesta, estas coaliciones de gobierno tienen el fin de dar gobernabilidad y estabilidad al sistema político. Lanzaro en la misma línea que Chasquetti, señala que para su funcionamiento se necesita de un sistema de partidos sólido, estable y que cuente con legitimidad (Lanzaro, 2001).

Chasquetti (2008) señala que las alianzas electorales mayoritariamente tienden a permanecer como coalición en el gobierno. Aun así, el vínculo no es determinante, indica que las coaliciones responden al diseño institucional, distancia ideológica entre los actores o la conformación del parlamento, y no solo al proceso electoral. En otras palabras, es multicausal. En el caso peruano, según indica Jauregui, en el parlamento las mismas agrupaciones partidarias se fragmentan internamente y forman nuevos

grupos, lo cual dificulta el sentido de unidad parlamentaria y su alianza con otras fuerzas (Jauregui, 2017). Hasta la actualidad, en el Perú, con el actual diseño institucional, ningún presidente ha contado con una mayoría parlamentaria, y usualmente, la agrupación parlamentaria del partido se ha visto obligada a formar coaliciones o acuerdos básicos (Tuesta, 2017). En 2006, el fujimorismo apoyó circunstancialmente al aprismo, sin ser una agrupación formal. En 2011, Ollanta Humala formó la coalición con la Alianza Perú Posible, en sus primeros años de gobierno. Aún, así, la evidencia muestra que los grupos parlamentarios no suelen ser uniformes en el tiempo y terminan formándose más agrupaciones de las que fueron electas (Campos, 2017). Esto puede mostrar que, a pesar de que se formaran alianzas en campaña presidencial, no son estables a lo largo del tiempo.

En síntesis, la teoría indica que el Perú cuenta con un sistema de partidos poco institucionalizado e incompleto a nivel de identidades partidarias. Estas identidades emergentes, en el caso del fujimorismo, y sobrevivientes, en el caso del aprismo, se mantienen en una lógica programática-personalista. Además, existe una relevante identidad negativa, un “anti”, la cual contiene características propias no necesariamente relacionadas con su contraparte. Estas identidades conviven en contextos electorales definidos por candidatos más que por partidos. En las últimas cinco elecciones presidenciales en el Perú se pueden identificar dos casos inusuales, no consecutivos, de reversión del resultado electoral. Así como la debilidad del sistema partidario incompleto en el Perú, no detuvo la formación de identidades positivas ni negativas, se genera la cuestión de cómo, en estas circunstancias, una candidatura puede lograr revertir una elección.

Para el análisis de una elección, se identifican dos enfoques para el análisis de las campañas electorales, uno basado en estructuras, y otro en la dinámica electoral. Si bien elementos del enfoque estructural son importantes para entender la dinámica electoral en esta investigación, estos no constituyen variables absolutamente independientes, sino también sujetos de elecciones políticas por parte de actores políticos ya existentes, que tienden a tomar decisiones en su propio interés. En ese sentido, esta investigación seguirá un enfoque electoral. No obstante, como se ha explicado en el marco conceptual, este enfoque contiene muchos elementos. Algunos de ellos, como la estrategia del mal menor, o el efecto de moderación de los candidatos. Para esta investigación, tales se consideran insuficientes por sí mismos

para explicar cómo en el caso de la elección de 2006 y 2016, se logró revertir el resultado electoral en la segunda vuelta. En cuanto a los factores que explican la reversión de resultado, si bien las condiciones que se presentaron para tal fenómeno, son múltiples, esta investigación buscará tomar una aproximación discursiva de las candidaturas, en las cuales se vean representados los demás factores contingentes.



## 2. El contexto electoral peruano en el siglo XXI

Tras la caída del fujimorato en 2000, en el Perú se han realizado cinco elecciones generales de manera consecutiva, lo cual significa la mayor estabilidad democrática del Perú en su historia. A pesar de ello, los partidos políticos no han podido recuperarse del colapso de partidos dado en la década del noventa. En la actualidad, los partidos políticos aún carecen de representación ciudadana y tienen bajos niveles de simpatía; sin embargo, han sabido construir identidades incompletas, pero suficientes para mantener a candidatos que se pueden reconocer entre elecciones (Meléndez, 2019). De esa manera, si bien no se tiene un sistema de partidos sólido a nivel institucional que compita en elecciones, si se pueden reconocer candidatos estables a lo largo del tiempo. Así, en el Perú se tiene una política centrada en candidatos.

En todas las elecciones generales que se han llevado a cabo en el Perú hasta la actualidad (2001, 2006, 2011, 2016 y 2021), se han llevado a cabo segundas rondas electorales debido a que ninguno de los candidatos logró alcanzar más de la mitad de los votos. Durante las dos primeras elecciones tras el retorno de la democracia, se mantuvo una especie de multipartidismo limitado (Albán, 2022) entre tres candidatos con opciones de ganar. En 2001, estos fueron Alejandro Toledo (Perú Posible); Alan García (APRA); y Lourdes Flores (Unidad Nacional). En 2006, se sumó Ollanta Humala (Unión por el Perú) a los últimos dos candidatos mencionados.

### 2.1. Las elecciones de 2001

En la elección de 2001, el favorito desde el inicio de la campaña fue Alejandro Toledo. El candidato era una figura nacional de la lucha por la democracia tras liderar la protesta contra el gobierno de Alberto Fujimori y liderar la Marcha de los Cuatro Suyos. Con Toledo constante en el primer lugar de las preferencias, el resto de candidatos compitió por el segundo lugar. Los principales contendientes fueron Alan García del Partido Aprista, Lourdes Flores de la coalición Unidad Nacional (UN) y Fernando Olivera del Frente Independiente Moralizador (FIM), quién también había sido uno de los líderes opositores al régimen fujimorista. Sin embargo, este último no tuvo opciones realistas de pasar a segunda vuelta, comparado con García y Flores (Albán, 2022). De esa manera se convirtió en una carrera de tres. En primera ronda,

Toledo obtuvo el primer lugar con el 37% de los votos y pasó a la segunda ronda con Alan García, quien le ganó a Lourdes Flores por décimas porcentuales. Este orden no se alteró en la segunda vuelta, debido a que Toledo ganó la elección con el 53% contra el candidato aprista.

Tabla 3

Resultados de las Elecciones Presidenciales de 2001, Primera y Segunda Vuelta

Candidatos presidenciales	Primera vuelta	Segunda vuelta
Alejandro Toledo	36,5%	53,1%
Alan García	25,8%	46,9%
Lourdes Flores	24,3%	
Fernando Olivera	9,8%	

Fuente: Elaboración propia a partir de ONPE.

## 2.2. Las elecciones de 2006

En la elección de 2006, nuevamente se dio una carrera de tres candidatos, relegando las candidaturas del ex presidente Valentín Paniagua y Martha Chávez. Los tres candidatos principales se podían distribuir en tres posiciones políticas. Lourdes Flores, en la derecha conservadora, considerada la candidata de los ricos; Ollanta Humala, candidato anti sistema, representante de una izquierda que recogió nuevas demandas, y alejada de sus personajes tradicionales (Tanaka, Sosa-Villagarcía, & Puémape, 2017); y Alan García, quien representó al centro político ante el miedo a la amenaza de la democracia que representaba Humala (García Llorens, 2011). El candidato aprista pasó a segunda ronda nuevamente por delante de Flores por una diferencia muy ajustada; su pase se debió a su posición al centro y que se le veían más posibilidades de ganar (McClintock, 2021). La derrota de Lourdes Flores fue inesperada. Hasta marzo de 2006, los sondeos de opinión consideraban que su presencia en la segunda vuelta estaba asegurada. El pase de Ollanta Humala a segunda vuelta generó una campaña de agresividad en la prensa contra su candidatura, en la cual se hizo énfasis en su radicalidad a través del miedo (Kanashiro, 2016). Esta conllevaba temas como vínculos con el chavismo, violaciones de derechos humanos y desapariciones, y el Andahuaylazo, llevado a cabo por su hermano, Antauro Humala.

Esta elección fue peculiar ya que se dio una reversión de resultado en la primera vuelta. García logró ganar la presidencia en la segunda vuelta con el 52% de los votos, luego de haber obtenido el segundo lugar en la primera vuelta por debajo de Humala, quién le había ganado en la primera vuelta por un margen de seis puntos. El proceso estuvo altamente polarizado, para marzo de 2006, se señalaba que García tenía un 60% de resistencia al voto (Kanashiro, 2016); sin embargo, terminó ganando las elecciones. El contexto electoral era tenso, ningún candidato tenía una ventaja clara. La ventaja que tenía García sobre Humala al mes de mayo, no era suficiente para asegurar la victoria. El debate era un punto de inflexión para que Humala y García obtengan una ventaja (Kanashiro, 2016).

Tanto esta elección como la de 2001, mostraron un sistema político ordenado, de tres candidatos con posibilidades reales de pasar a segunda vuelta. Sin embargo, durante las dos siguientes elecciones en 2011 y 2016, la oferta electoral se amplió debido a los incentivos de los actores políticos para entrar a la arena electoral. Hubo alrededor de cinco candidatos protagonistas. Como se mencionó párrafos atrás, según Alban (2022), una situación de crisis puede desencadenar que el multipartidismo se expanda; lo que tuvo Perú desde el inicio de la crisis política en 2016, fue la fragmentación del sistema partidario.

Tabla 4

Resultados de las Elecciones Presidenciales de 2006, Primera y Segunda Vuelta

Candidatos presidenciales	Primera vuelta	Segunda vuelta
Ollanta Humala	30,6%	47,4%
Alan García	24,3%	52,6%
Lourdes Flores	23,8%	
Martha Chávez	7,4%	
Valentín Paniagua	5,8%	
Humberto Lay	4,4%	

Fuente: Elaboración propia a partir de ONPE.

### 2.3. Las elecciones de 2011

En la elección de 2011, los candidatos más relevantes y quiénes terminaron pasando a segunda vuelta fueron el candidato anti sistema Ollanta Humala, quién había perdido la anterior elección presidencial, y Keiko Fujimori, hija del ex presidente Alberto Fujimori. En la primera vuelta les siguieron Alejandro Toledo, Pedro Pablo Kuczynski y Luis Castañeda. Humala era visto como un candidato extremista; sin embargo, Fujimori también era vista como una candidata anti democrática, caracterizada por la herencia del gobierno de su padre.

Si bien Humala era visto como una amenaza para la economía nacional, el voto de los sectores medios fue finalmente influenciado, no por el miedo económico sino por el anti fujimorismo. El candidato consiguió el apoyo de figuras políticas importantes como el ex presidente Alejandro Toledo, Mario Vargas Llosa y su hijo Álvaro Vargas Llosa. De esa forma, Humala pasó de ser un outsider de izquierda a formar una amplia coalición anti fujimorista, con figuras centristas y pro sistema, adaptándose a las circunstancias de la elección.

Tabla 5

Resultados de las Elecciones Presidenciales de 2011, Primera y Segunda Vuelta

Candidatos presidenciales	Primera vuelta	Segunda vuelta
Ollanta Humala	31,7%	51,4%
Keiko Fujimori	23,6%	48,6%
Pedro Pablo Kuczynski	18,5%	
Alejandro Toledo	15,6%	
Luis Castañeda	9,8%	

Fuente: Elaboración propia a partir de ONPE.

### 2.4. Las elecciones de 2016

En la elección de 2016, según los sondeos de opinión, Keiko Fujimori tuvo desde el inicio alrededor de 30% de las preferencias, lo cual redujo la competencia electoral a optar por el segundo lugar para pasar a segunda vuelta. Esta competencia tuvo a Pedro Pablo Kuczynski, Verónica Mendoza, Alfredo Barnechea, Julio Guzmán, Alan García, entre otros. Este amplio número de candidatos fue un efecto progresivo del multipartidismo generado por el mecanismo de segunda vuelta (Albán, 2022).

Un mes antes de la elección, dos candidatos fueron excluidos de la carrera presidencial, estos fueron César Acuña y Julio Guzmán, este último se encontraba en segundo lugar de las encuestas a momento de su exclusión y tenía una tendencia a la alza. La salida de estos candidatos fue determinante para el curso final de la primera vuelta (Tuesta, 2017). Los simpatizantes de Guzmán se desplazaron hacia las candidaturas de Verónica Mendoza y Alfredo Barnechea, y en mayor medida, a la de Pedro Pablo Kuczynski.

Al momento de crear su partido, Kuczynski puso por delante las lealtades, que la conveniencia política -como había hecho en 2011, aliándose en una coalición con César Acuña, Humberto Lay y Lourdes Flores. Durante la primera vuelta, el candidato utilizó una campaña del miedo contra Verónica Mendoza, en la que asociaba a la candidata izquierdista con Ollanta Humala y el chavismo. Esto sirvió para crear temor principalmente en el electorado limeño, el cual era al que principalmente apuntaba. Esta campaña le permitió pasar a segunda vuelta (Tuesta, 2017).

Kuczynski pasó a la segunda vuelta luego de obtener únicamente el 21% de los votos, por debajo de Keiko Fujimori quien obtuvo 39%. La elección parecía difícil de revertir, Kuczynski no solo estaba muy por debajo de Fujimori, sino que no contaba con una maquinaria partidaria sólida. Las candidaturas ganadoras en el pasado, habían necesitado de una maquinaria fuerte. García contaba con la maquinaria aprista en 2006 y Humala con la maquinaria antifujimorista en 2011 (Valle-Riestra, 2016). Kuczynski contaba con un bajo nivel organizativo, y su organización era un grupo poco cohesionado y carente de identidad (Tuesta, 2017), personalista y sin proceso de selección democrática (Puémape & Jiménez, 2017). En la literatura, la candidatura de Peruanos por el Cambio en 2016 ha llegado a ser catalogada como un ejemplo de una coalición de independientes a nivel nacional, y estas coaliciones tienen un límite en este nivel de competencia (Valle-Riestra, 2016). Se puede decir que la candidatura de Kuczynski era muy limitada para una tarea tan difícil como la de revertir una elección muy amplia.

La segunda vuelta se vio marcada por la disputa entre el fujimorismo y el antifujimorismo, quien estuvo compuesto por diversas corrientes políticas (Tuesta, 2017). Vergara define al antifujimorismo como una voluntad democrática que clama por representación. Luego de la segunda vuelta, el fujimorismo comenzó a crecer, lo cual hizo que Kuczynski tuviera una campaña más pasiva, pero a finales de la elección

comenzó a repuntar como el representante de una opción democrática (Tanaka, Sosa-Villagarcía, & Puémape, 2017). Semanas antes de la segunda vuelta, un reportaje periodístico conectó a Fuerza Popular con el narcotráfico a través del secretario general del partido, Joaquín Ramírez. La tardía y ambigua respuesta de Fuerza Popular, así como la acusación hacia José Chlimper sobre manipular un audio en su defensa, contribuyó al cuestionamiento del fujimorismo.

La asociación de Fuerza Popular con el narcotráfico, la campaña No a Keiko y el apoyo de Verónica Mendoza fue determinante para la elección (Tuesta, 2017), esto generó que Kuczynski tenga un discurso antifujimorista claro. En sus mítines de campaña, el candidato comenzó a señalar su rechazo al “crimen, corrupción y narcotráfico”, y ejercer ataques personalizados durante el debate presidencial. En redes sociales advirtió del retorno del autoritarismo, y los peligros de la corrupción y el narco estado (Tuesta & Vásquez, 2017). Recibió el apoyo de candidatos a la presidencia y dirigentes partidarios como Verónica Mendoza, Julio Guzmán, Fernando Olivera, Mesías Guevara y César Acuña. Además, apuntó sus discursos a clases emergentes limeñas, los cuales eran el electorado principal de Fujimori en Lima (Kanashiro, Cierres de campaña y el discurso de los candidatos, 2017).

El 25 de abril de 2016, Julio Guzmán, quién hasta el momento de su exclusión tenía el segundo lugar de las preferencias con 16% y llegó a alcanzar hasta el 18% (Ipsos, 2016), apoyó públicamente a Kuczynski, a pesar de sus diferencia. Más adelante, el 30 de mayo de 2016, Verónica Mendoza, candidata de izquierda, la cual había ganado siete regiones al sur del país, y había obtenido el 18.74% de los votos, manifestó su apoyo público a Kuczynski a través de un video difundido en redes sociales y medios de comunicación. Un día antes, Ipsos publicó una encuesta en la cual Fujimori le llevaba más de cinco puntos de ventaja a Kuczynski. El 4 de junio, en un simulacro confidencial, Ipsos publicó una última encuesta en la que Kuczynski superaba a Fujimori por 0.8% de los votos. El apoyo de la candidata Mendoza significó un importante impulso para la campaña de Peruanos Por el Kambio.

En la recta final de la campaña se llevaron a cabo dos debates presidenciales, los cuales tuvieron una alta influencia en el electorado (Cueva, 2017). En los debates, Kuczynski realizó ataques personalizados contra Fujimori. Su estrategia en el debate aparentemente fue exitosa; según encuestas de Ipsos y GFK semanas después de la elección, reflejaron que para la opinión pública, Kuczynski realizó un “buen trabajo” en

el debate, y que su cambio de estrategia “lo cambió todo”. Para Tanaka, Sosa y Puémape (2017), Kuczynski cambió porque sus electores cambiaron, su principal fuerza de atracción no fue su oferta electoral, sino el antifujimorismo. Finalmente, logró revertir la elección y ganó de manera ajustada a Fujimori con ayuda de los votos de la izquierda. Según McClintock (2021), prevaleció la idea de que la victoria de Fujimori representaba un retroceso democrático. A pesar de su derrota en la elección presidencial, el fujimorismo ya había ganado en abril el 56% de los escaños en el congreso, lo cual fue desfavorable para el candidato ganador.

En el posterior gobierno inició una crisis política en el Perú vigente hasta la actualidad. Esta crisis se caracteriza por el conflicto ejecutivo-legislativo que tuvo inicio en el resultado de la elección de 2016, por tanto se puede decir que el mecanismo de segunda vuelta no logró el cometido de generar gobernabilidad. Durante este periodo se llegó a la vacancia de dos presidentes y la disolución de un congreso. En la elección del nuevo congreso, resultaron electas nueve organizaciones políticas, lo cual comenzó a reflejar la fragmentación política. En marzo de 2020 inició el estado de emergencia debido a la pandemia del COVID-19. Esto añadió a la crisis política una crisis sanitaria y económica en la cual el Perú se vio marcado por sus deficiencias a nivel de salud pública. En este contexto, la representación política se degradó y con ella lo que era, hasta 2016, un avance progresivo del multipartidismo, “explotó” y se consolidó una fragmentación del sistema partidario.

Tabla 6

Resultados de las Elecciones Presidenciales de 2016, Primera y Segunda Vuelta

Candidatos presidenciales	Primera vuelta	Segunda vuelta
Keiko Fujimori	39,9%	49,9%
Pedro Pablo Kuczynski	21%	50,1%
Verónica Mendoza	18,7%	
Alfredo Barnechea	6,9%	
Alan García	5,8%	
Gregorio Santos	4%	

Fuente: Elaboración propia a partir de ONPE.

## 2.5. Las elecciones de 2021

Para la elección de 2021, se tenía un escenario inusual en la historia política peruana, en el que la representación política estaba degradada, los partidos y candidaturas estaban fragmentados, y no existía en sí un sistema de partidos sólido. Por primera vez desde que se utilizaron sondeos de opinión para este tipo de elecciones, ningún candidato había pasado del 20%. Para el día de la elección no se sabía que candidatos podrían pasar a segunda vuelta, ya que la diferencia entre algunos era menor al margen de error (Tuesta, 2022). Habían alrededor de seis candidatos con opciones de pasar a segunda vuelta.

Finalmente pasaron a segunda vuelta dos candidatos que presentaban a dos polos muy alejados del otro, Keiko Fujimori y Pedro Castillo, cuyo ascenso progresivo en las preferencias fue inesperado. Entre ambos candidatos sumaron alrededor de 34% de las preferencias, el menor porcentaje de los dos primeros puestos de una primera vuelta electoral, en la historia del Perú. Cuatro de cada cinco peruanos, no habían votado por el ganador de la primera vuelta, lo cual era un resultado de la fragmentación en el Perú. Generalmente, en las segundas vueltas pasadas en el Perú que se han mencionado, los candidatos que pasaron a esta instancia trataron de moderarse para ganar más adeptos. Las segundas vueltas suelen ser más heterogéneas, ya que se debe apelar a sectores más diversos (Albán, 2022). Sin embargo, en la elección de 2021 los candidatos no se moderaron, sino más bien sus extremismo prevalecieron (McClintock, 2021).

Si bien la candidatura de Keiko Fujimori ya había tenido éxito en el pasado para pasar a segunda ronda, la victoria de Pedro Castillo era algo inusual. Incio (2022) compara a este candidato con Humala en 2006 y Mendoza en 2016; sin embargo, ambas candidaturas ya eran conocidas desde meses antes de la elección presidencial y contaban con fuertes liderazgos. Ayala (2022) describe a la candidatura de Perú Libre como una candidatura “incompetente” para la etapa de primera vuelta. Esto genera la pregunta de cómo una candidatura de este tipo terminó ganando la presidencia de la república en el espacio de dos meses entre elecciones. Para ello es necesario observar a mayor profundidad el contexto nacional y del partido Perú Libre. Incio (2022) compara a la candidatura de Pedro Castillo en 2021 con la de Humala y Mendoza en el sentido de que las tres significaron opciones que ofrecían un cambio

a las regiones del sur del país que no se habían visto beneficiadas del crecimiento macroeconómico reciente.

Pedro Castillo representaba en sí una candidatura anti sistema, por lo cual pudo haber seguido una estrategia agresiva contra Keiko Fujimori, una candidata con alto rechazo, como el mal mayor. Sin embargo, tal camino tenía barreras para su ejecución, debido a la campaña en contra del comunismo ejercida por la derecha (Sosa-Villagarcía, 2022) y el sesgo informativo de los medios de comunicación a favor de Keiko Fujimori (Ayala & Patriau, 2022).

Tabla 7

Resultados de las Elecciones Presidenciales de 2021, Primera y Segunda Vuelta

Candidatos presidenciales	Primera vuelta	Segunda vuelta
Pedro Castillo	18,9%	50,1%
Keiko Fujimori	13,4%	49,9%
Rafael López Aliaga	11,8%	
Hernando de Soto	11,6%	
Yonhy Lescano	9%	
Verónica Mendoza	7,9%	
César Acuña	6%	
George Forsyth	5,7%	
Daniel Urresti	5,6%	

Fuente: Elaboración propia a partir de ONPE.

### 3. Diseño de investigación

#### 3.1. Metodología

Este estudio se enmarca en los procesos electorales peruanos de 2006 y 2016, y analiza los discursos, acciones, actuación y distintas estrategias de campaña que realizaron los candidatos a la presidencia de la República. Se analizan los sucesos más relevantes del año electoral hasta el día de la segunda vuelta, para así observar las posibles modificaciones en los discursos y estrategias de los candidatos.

En cuanto a los candidatos a analizar, se considera a los candidatos que revirtieron el resultado de la primera vuelta y que finalmente ganaron la elección. Es decir, Alan García en 2006 y Pedro Pablo Kuczynski en 2016. No obstante, al momento de realizar la reconstrucción de procesos, se consideran también las actitudes de sus principales contrincantes en la primera y segunda vuelta, así como una mirada a la coyuntura general. Esto a manera de identificar y explicar los cambios en el discurso del candidato en cuestión.

A través del discurso, los candidatos pueden llevar a cabo distintas estrategias que busquen atacar a su rival. Los candidatos no solo deben presentar propuestas, sino también atacar. En las campañas electorales, se dan batallas entre candidatos. No se puede concebir una campaña electoral sin contracampañas (Kanashiro, 2016). En esa línea, es de importancia para la investigación el análisis de las características de sus contrincantes para un mejor análisis de su discurso y estrategias.

Kanashiro (2016) identifica tres “estrategias de batalla” contra el contrincante. Primero, el desenmascaramiento del “otro”, el cual implica desenmascarar las buenas intenciones de un candidato, sindicando que este guarda un pasado y un carácter contradictorio. Segundo, se utiliza el pasado como condena, en la cual se hace referencia a experiencias pasadas, sean políticas o personales. Tercero, el cuestionamiento de los aliados políticos de un candidato sea dentro de la campaña o no.

El análisis cualitativo ha tenido en cuenta tres tipos de fuentes para la reconstrucción de procesos. En primer lugar, dos diarios de alcance nacional: El Comercio y La República. En segundo lugar, los videos de tres debates presidenciales; uno, el debate electoral presidencial de 2006 entre Alan García y

Ollanta Humala; y los dos debates electorales presidenciales de 2016 entre Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori. En tercer lugar, entrevistas semi estructuradas a colaboradores de las candidaturas presidenciales de estudio, y especialistas en temas de marketing político, opinión pública, comunicación política y autores que han escrito sobre los casos de estudio. Esta metodología de recojo audiovisual, material de prensa y entrevistas es adoptado de Kanashiro (2016). Si bien esta investigación busca analizar el discurso de las candidaturas de Alan García y Pedro Pablo Kuczynski, además toma en cuenta para el análisis las acciones de campaña, actuación de políticos y propuestas de campaña (Macassi).

En el estudio de los debates electorales, existen tendencias al estudio de su efectos en la definición del voto, en cual se ha dado en los llamados “estudios de recepción” (Domínguez, 2014). Estos estudios demuestran que más allá de producir un cambio en la orientación del voto, los debates televisados refuerzan decisiones electorales ya tomadas. En el caso peruano, Kanashiro (2016) refuerza esta idea. En otra línea, los debates electorales televisados significan también una de las principales expresiones de la creciente personalización política (McAllister, 2007). El análisis de estas características resulta relevante, debido al contexto electoral peruano en el que los votantes son en su mayoría independientes o indecisos, y en el que en el sistema post colapso de partidos, la personalización de la política ha sido recurrente.

Los debates electorales televisados son uno de los fenómenos mediáticos que genera mayor interés en las campañas electorales (Kanashiro, 2016). Según Gauthier, estos son un ejercicio casi obligatorio de las campañas electorales. Por tanto, se considera que para analizar a las campañas electorales, se hace un recurso necesario la observación de los debates presidenciales.

En el debate puede existir un discurso confrontado en el que, se puede moldear al “otro” como una amenaza para el sistema político en su entereza. A esto Kanashiro (2016) le llama “terrorismo discursivo y satanización”, las cuales son formas de “construcción apocalíptica” que posicionan al electorado en una situación de riesgo permanente. Es una sistemática producción discursiva de sensación de peligro e inestabilidad que se proyectan en el contrincante. De esa forma el electorado tiene que elegir entre “su salvador o su verdugo” (Kanashiro, 2016). De acuerdo a lo observado en el caso peruano y en las estrategias electorales, se considera apropiado

revisar los debates electorales televisados en la elección de 2006 y 2016, para el análisis de esta investigación.

A pesar de que esta investigación cuenta con fuentes como diarios de prensa, el objetivo de estudio no es el rol de influencia de los medios de comunicación en la elección o el discurso de estos. Las campañas electorales se definen entre dos términos, lo que hacen los líderes políticos centrales, y lo que hacen los medios de mayor alcance (Ames). Esta investigación busca analizar la primera. Aun así, se entiende la importancia del framing que realizan los medios al momento de informar sobre los candidatos, y cómo esta puede influir en la recolección de información. Sin embargo, esta perspectiva ha sido ampliamente estudiada en tanto medios digitales (Maquet, 2020), medios de radio y televisión estatales (Acevedo, 2020), o redes sociales (Sigüeñas, 2020).

De manera de evitar sesgos, se ha utilizado para esta investigación dos diarios de dos grupos mediáticos diferentes y de distintas tendencias políticas, El Comercio y La República. Estos diarios han sido utilizados en distintas investigaciones a manera de análisis comparativo en elecciones presidenciales peruanas (Kanashiro, Ayala, Maquet, Pedraglio).

Según un estudio llevado a cabo por Santiago Pedraglio con respecto al comportamiento informativo de estos medios informativos durante la elección general de 2016, concluyó lo siguiente: en cuanto a El Comercio, que cumplió en totalidad con la veracidad y rigor informativo; que no cometió faltas graves contra la equidad informativa; y, que cumplió ampliamente con la coherencia informativa. En cuanto a La República; casi en su totalidad cumplió con la veracidad y rigor informativo; en su mayoría no hubo equidad informativa, y se contó ampliamente con coherencia informativa. En caso a La República, cabe mencionar, se encontró una posición opositora a la candidatura de Keiko Fujimori.

Al momento de recoger la información, se ha focalizado en recoger hechos y datos de la coyuntura. No obstante, se ha recogido de estos medios, las evaluaciones progresivas sobre la coyuntura de analistas políticos y especialistas en la ciencia política y estadística.

Las candidaturas de Alan García y Pedro Pablo Kuczynski fueron distintas, en especial en cuanto a su capacidad organizativa partidaria. Sin embargo, tuvieron

contextos similares, como, por ejemplo, contrincantes que, para la opinión pública, suponían una amenaza para la democracia (Ollanta Humala y Keiko Fujimori). Asimismo, García y Kuczynski ejercieron una figura de un “mal menor” (Albán, 2022). La unidad de análisis para esta investigación son los discursos de campaña en la segunda vuelta de Alan García en 2006 y Pedro Pablo Kuczynski en 2016. Para ello se realizará una metodología de tipo cualitativo en la que se analizarán sus discursos, los cuales serán extraídos de distintos medios como: anuncios publicitarios de televisión, declaraciones en prensa televisiva y escrita, debates presidenciales, y entrevistas a colaboradores que formaron parte de sus campañas presidenciales.

La variable dependiente de este estudio son las elecciones presidenciales de 2006 y 2016. Estas elecciones son de particular interés debido a que son elecciones en las que el candidato que terminó en segundo lugar en primera vuelta logró revertir el resultado en la siguiente ronda, fenómeno que no es usual en las segundas vueltas (Pérez-Liñan, 2008). Para esta investigación, la variable independiente para el análisis de la reversión de la elección fue el cambio en el discurso de campaña de Alan García y Pedro Pablo Kuczynski. El discurso de campaña es el medio a través del cual los candidatos lograron revertir la elección utilizando tres factores. El primer factor es la activación de un clivaje o identidad negativa, el cual puede encontrarse en la estructura sociopolítica del país, o ser parte de un contingente político (Tanaka, Sosa y Puémape, 2017). El segundo factor es la coyuntura. Se propone que el candidato en cuestión adaptó a su discurso los acontecimientos políticos, sociales y económicos que afectaban al Perú sea doméstica o internacionalmente, de manera que se servía de esta coyuntura para incrementar su popularidad. Dentro de este factor, la mayor fuente para el discurso de los candidatos de estudio son los errores cometidos por su contrincante. Por último, el tercer factor son las alianzas electorales y/o apoyos o endosos recibidos por otros actores políticos relevantes.

Los beneficios o perjuicios del uso de estos factores en discurso de Alan García en 2006 o Pedro Pablo Kuczynski en 2016, se analizarán de acuerdo a la evolución de los sondeos de opinión en las semanas que duró la segunda vuelta. Se utilizarán encuestas de opinión realizadas a nivel nacional por fuentes como el Instituto de Opinión Pública de la PUCP, Ipsos/Apoyo y GFK. Esto servirá para identificar como el discurso calaba en la opinión pública.

### 3.2. Hipótesis

Se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué factores del discurso de las candidaturas de Alan García en 2006 y Pedro Pablo Kuczynski en 2016 explican la reversión del resultado de las elecciones presidenciales en la segunda vuelta?

La hipótesis general señala que las candidaturas de Alan García en 2006 y Pedro Pablo Kuczynski en 2016 lograron revertir la elección porque adaptaron su discurso a tres elementos clave: la activación de clivajes o contingentes electorales, la coyuntura nacional (la cual incluye los errores del contrincante) y la coalición o alianzas electorales con actores políticos influyentes en el voto. El ejercicio de un discurso moderado y/o del mal menor, no fue suficiente por sí mismo, por lo que se tuvo que recurrir, a través de su discurso, a explotar el apoyo de actores políticos relevantes, activar clivajes o identidad negativas, y aprovechar la coyuntura y errores de su contrincante. Esto significó la construcción de un discurso renovado que expandió su oferta política más allá de su alcance programático.

Como hipótesis específica en el caso de la elección de 2006, se plantea que, para captar a votantes independientes o indecisos, y disminuir el efecto de las identidades negativas, Alan García buscó acercarse en su discurso a una posición antisistema y a un público joven. Esto debido a que en las características de los partidarios de identidades negativas se encuentra la simpatía por políticos antisistema. Por otro lado, los “antis”, tienen mayor tendencia a ser mayores, por tanto, García buscó articular su discurso a un público joven. Al acercarse a políticas de izquierda, García se acercó más a los “antis”, al mismo tiempo, hacer ver a su contrincante, Humala, como extremista, alejaba más a este del centro izquierda “anti”. Por último, la ambigüedad en temas ideológicos no significó un problema debido a la falta de cohesión ideológica en la identidad política aprista.

Como hipótesis específica en el caso de la elección de 2016, se plantea que Kuczynski, al no poder mostrarse como un candidato antisistema, debido a su alineación con las políticas de mercado, buscó atraer al voto joven a través de su discurso. A diferencia de García, Kuczynski no tenía incentivos para disminuir la identidad negativa “anti”, sino más bien aumentarla. Por ello, no tomó un perfil moderado, sino que exacerbó las cualidades típicas fujimoristas como las percibía la opinión pública.

#### 4. Análisis del discurso de campaña de Alan García en 2006

Para analizar el discurso del candidato aprista se ha recolectado información en medios periodísticos escritos y televisivos para analizar las declaraciones de las principales figuras políticas. De igual manera, los debates presidenciales de segunda vuelta, avisos políticos televisivos de las candidaturas ganadoras, y la progresión de los sondeos de opinión.

##### 4.1. La coyuntura política de la elección presidencial 2006

La campaña electoral del año 2006 tuvo uno de sus puntos de inflexión más importantes el 3 de enero de 2006. En Caracas, durante un homenaje a Evo Morales, quién había sido recién elegido presidente de Bolivia, Ollanta Humala recibió el endoso público del presidente de Venezuela, Hugo Chávez. Humala representaba una candidatura disruptiva y antisistema. Desde finales del 2005 se rumoreaba que este candidato tenía una alianza con el entonces presidente venezolano Hugo Chávez, y que formaría parte de su esfera de influencia. Tal día esa relación fue confirmada.

Este hecho causó diversas reacciones en la política peruana y la opinión pública en general. Lourdes Flores, candidata a la presidencia por Unidad Nacional señaló que esta alianza podría ser peligrosa, y que traería retroceso, menos empleos y más pobreza. Fernando Olivera consideró muy grave el intervencionismo del presidente venezolano en la política interna del Perú, ya que, según Olivera, estaría utilizando al candidato Humala para sus planes expansionistas y constituiría un neoimperialismo. En un inicio, el ex presidente y también candidato a la presidencia en 2006, Alan García consideró que no había nada negativo en el encuentro entre Humala y Chávez. Consideraba que no era señal de intervención o financiamiento prohibido. Incluso calificó de positivo el encuentro.

Otras figuras como Jaime Salinas lo llamaron un “farsante financiado por Chávez”. Alberto Borea calificó la alianza como un salto hacia atrás, y comparó la línea de Chávez con la de Juan Velasco Alvarado, como una poca democrática. Natale Amprimo de Alianza por el Perú señaló que Humala era un instrumento para los planes de Chávez. Humala incluso recibió críticas de parte de la izquierda socialista, de parte de Javier Diez Canseco, el cual lo calificó como poco consecuente con su nacionalismo.

Este apoyo público también causó controversia en el gobierno peruano. Al día siguiente del hecho, se llamó a consulta al embajador peruano en Caracas, ya que se consideró que las declaraciones de Chávez constituían una injerencia en los asuntos internos del Perú. El gobierno del presidente Toledo había calificado un eventual triunfo de Humala como “fatal” para la economía del país (La Nación, 2006).

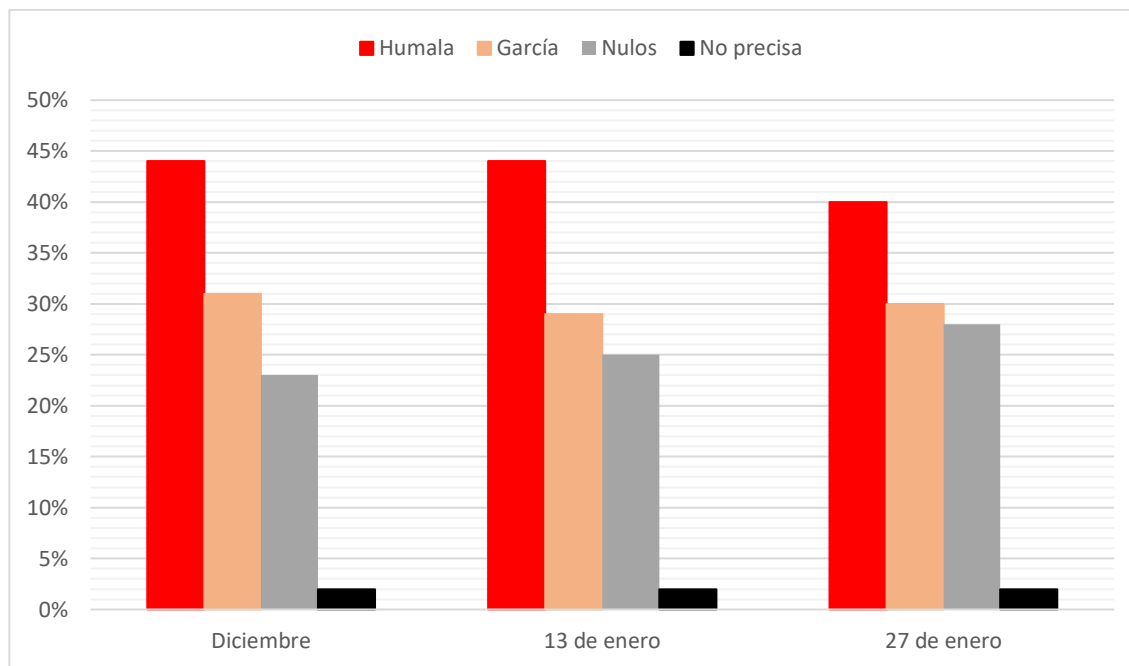
Humala en campaña hablaba bien de Juan Velasco Alvarado, eso, para ciertos sectores, significó un “sacrilegio” (E. Patriau, comunicación personal, 28 de setiembre, 2023). El candidato nacionalista era considerado como el “nuevo Chávez” por medios internacionales. Y se ubicaba entre el primer y segundo lugar de las encuestas atrayendo a los sectores más pobres del Perú desencantados con los políticos. En palabras de su padre, Isaac Humala, su intención de voto no se debía a un sector que adhiriera su programa, sino a un descontento con la clase política. Sin embargo, su cercanía con Chávez causaba rechazo y cuestiones de distintas posiciones políticas.

Eran errores de Humala acercarse a Chávez, a Morales; generó miedo por reivindicar a Velasco, lo cual lo hace menos atractivo frente a los sectores acomodados. Por lo tanto se tiene a empresarios y medios de comunicación en contra. Además, hay una demonización de Humala por parte de sectores sociales, mediáticos. A esto se suma la campaña de “Chávez o el Perú” (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

A pesar de este contexto crítico hacia Humala, el 13 de enero, una encuesta del Apoyo, planteó un escenario hipotético en el que el candidato nacionalista y el expresidente Alan García llegaran a segunda vuelta. En tal escenario, Humala tenía la mayoría de las preferencias y ganaría con contundencia, con un 44% frente a un 29% de García. Este mismo escenario fue planteado un mes antes, en diciembre, antes de la confirmación de apoyo entre Humala y Chávez. En la encuesta de diciembre, Humala obtenía el mismo 44% y García un 31%. Un 23% de votos eran nulos y 2% no precisaba. La diferencia entre encuestas, señalaba una pérdida ligera en las preferencias de García.

Figura 1

Preferencias electorales ante una eventual segunda vuelta entre Alan García y Ollanta Humala en las elecciones presidenciales de 2006, en los meses de diciembre y enero



Fuente: Elaboración propia a partir de Apoyo.

El 27 de enero se presentó una nueva encuesta, la cual muestra una caída en la preferencia de Humala con respecto a García. En esta, Humala obtiene un 40%, frente a un 30% de García, y un 28% de votos nulos. Si bien la diferencia sigue siendo amplia, se puede apreciar una caída en la preferencia por Humala. Los votos que irían dirigidos al candidato nacionalista, se fueron hacia los nulos, en lugar de García. Por lo cual, las declaraciones de Chávez en el 3 de enero, pudieron haber generado que se desconfíe de Humala, pero tal factor no generaba por sí sola una mejora en la imagen de García con respecto de la de Humala.

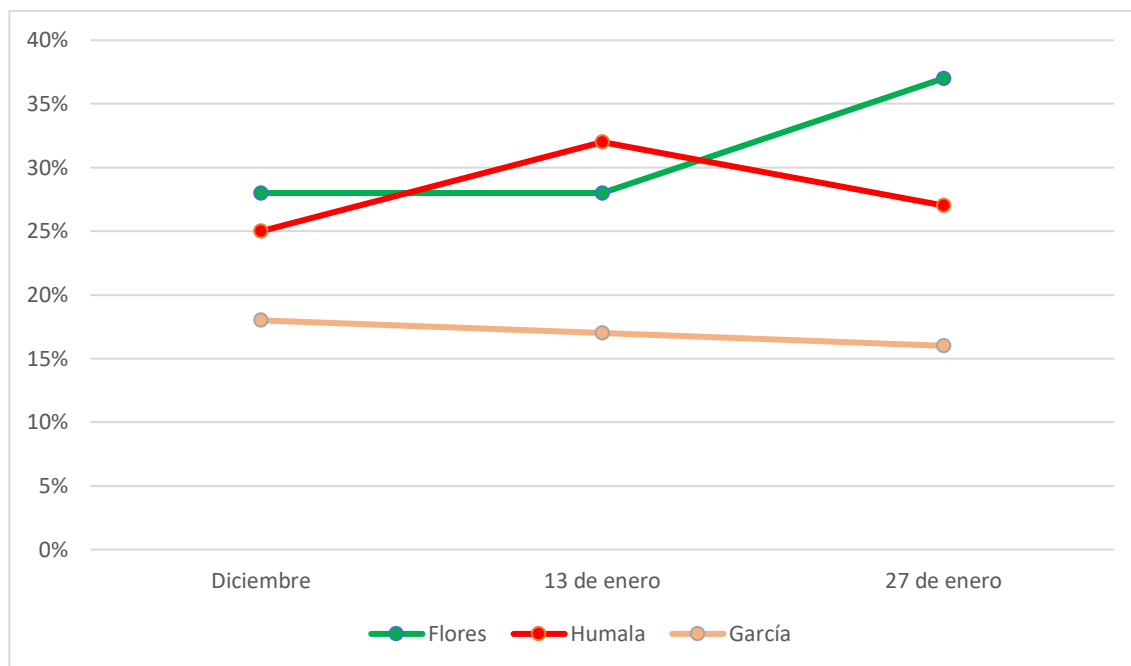
García tenía algunos años viviendo en el Perú, estaba opinando más seguido, había un cambio en su discurso político, la gente lo empezó a ver de otra forma. Lo que termina apuntalando sus opciones es el miedo que generaba un Humala muy cercano al discurso chavista (E. Patriau, comunicación personal, 28 de setiembre, 2023).

La encuesta de intención de voto de Apoyo del 13 de enero, muestra un ascenso en las preferencias por Humala obteniendo un 32%, con respecto del mes de diciembre de 2005 en el cual obtuvo un 25%. Por su parte, García obtuvo un 18% en diciembre y disminuyó a 17% de la intención de voto en la encuesta del 13 de enero. En la encuesta del 27 de enero, el candidato nacionalista baja hasta el 27% de intención de voto. Por otro lado, García disminuye hasta el 16%. La principal

favorecida entre encuestas de enero fue Lourdes Flores la cual aumentó del 28% al 37%.

Figura 2

Preferencias electorales en la elección presidencial de 2006 en los meses de diciembre y enero



Fuente: Elaboración propia a partir de Apoyo.

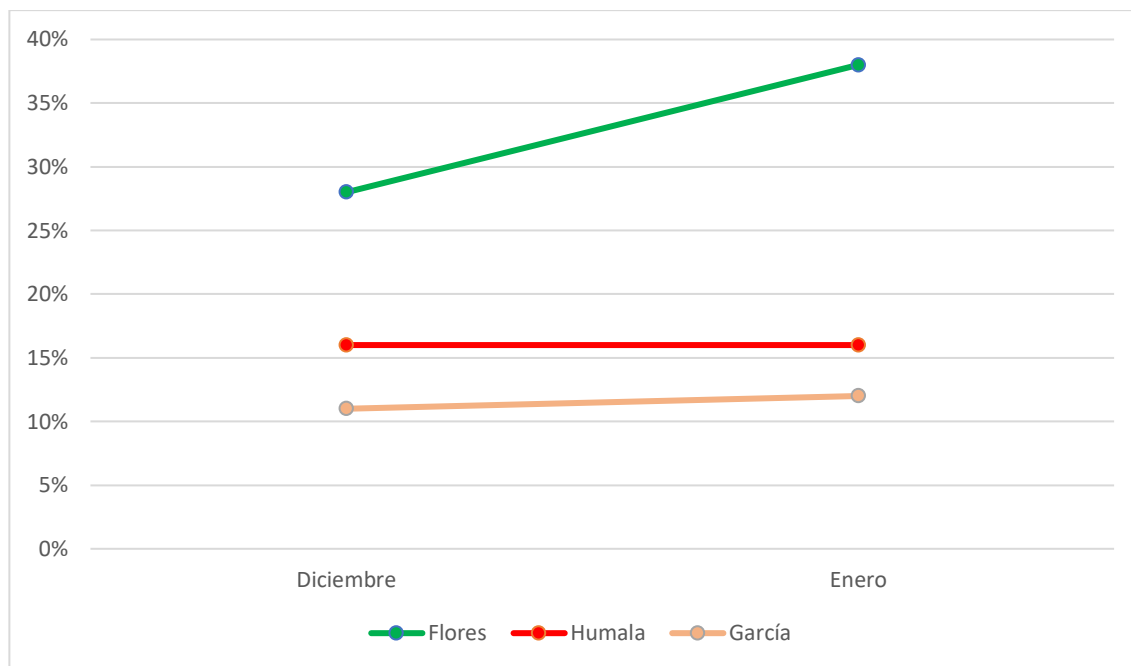
La idea de García era concentrarse o ser una alternativa que diera soluciones a problemas concretos como regulación, tarifas, pero con algunos elementos de responsabilidad. No proponía a diferencia de Humala un impuesto a las sobre ganancias; y no proponía como Lourdes Flores, decirle sí a todos los TLC. García decía que los TLC se tenían que revisar (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

Según otra encuesta del Instituto de Opinión Pública de la PUCP, Humala no mostraba evolución entre diciembre del 2005 y enero del 2006, manteniendo un 16%. Mientras que García aumentó un punto porcentual entre encuestas pasando del 11% al 12%. Por último, Flores daba un gran salto entre meses subiendo del 28% de intención de voto al 38%.

En la campaña de 2006, García, ante dos extremos, plantea colocarse al medio de ambos. Ataca a Humala con “El Cambio Responsable” y para contrarrestar a Lourdes Flores plantea la dicotomía pueblo-ricos (E. Patriau, comunicación personal, 28 de setiembre, 2023).

Figura 3

Preferencias electorales en la elección presidencial de 2006 en los meses de diciembre y enero



Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto de Opinión Pública PUCP.

Para el 10 de febrero, según la encuesta de Apoyo, los dos primeros lugares tuvieron una baja en la intención del voto. Humala bajó a un 25% de intención de voto, y Flores bajó al 35%. Por su parte, García aumentó un punto porcentual llegando al 17%. En la encuesta del 24 de febrero, García dio un gran salto, pasando del 17% al 22% de intención. Humala aumentó solo un punto, y Flores disminuyó dos puntos.

En la encuesta del 10 de marzo, García mantuvo su intención de voto, y Humala tuvo un aumento de 5% con respecto a las dos semanas anteriores, llegando al 31%. Por otro lado, Flores siguió disminuyendo al 30%. De esta forma Humala obtenía el primer lugar de las intenciones por primera vez desde el 13 de enero.

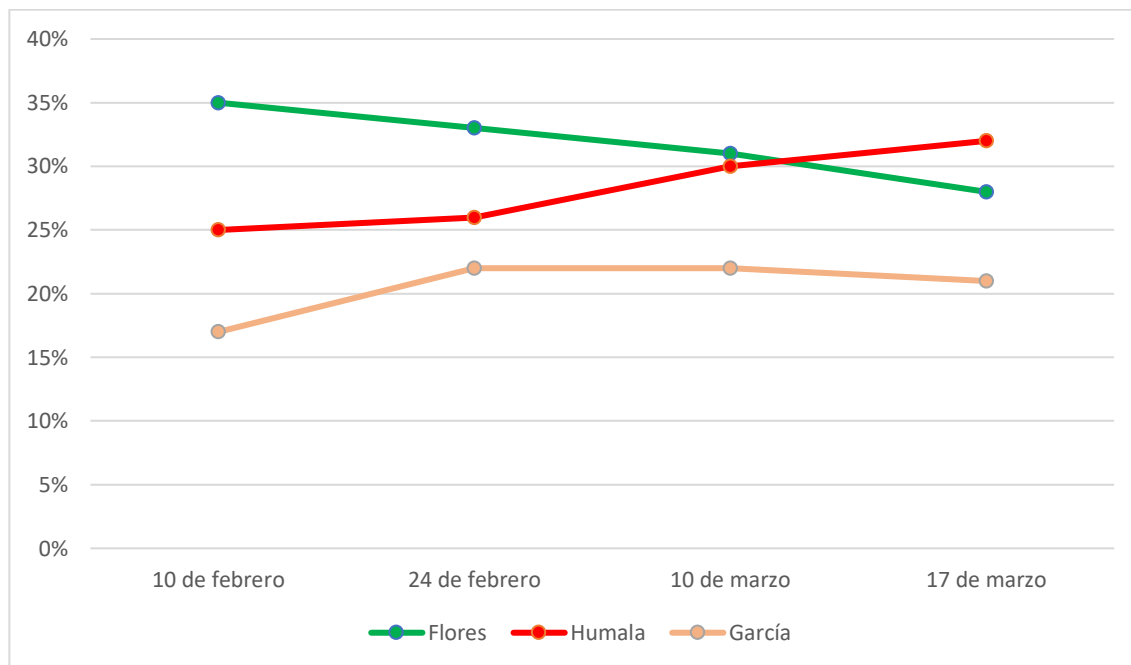
Una semana después, en las encuestas del 17 de marzo, García y Flores disminuyeron su intención de voto. García bajó al 21%, mientras que Flores tuvo una mayor caída pero seguía manteniendo en segundo lugar con un 28%. Humala seguía al alza, llegando al 32%. En la encuesta del 24 de marzo, Flores siguió con su tendencia a la baja. La candidata comenzó en caída libre desde la encuesta del 27 de enero, cuando obtuvo 37%. Para fines de marzo, descendió hasta el 27%. García aumentó un punto y llegó al 22%, igualando la marca que tenía un mes antes. Por último, Humala confirmaba su tendencia al alza y alcanzó el 33%. El candidato

nacionalista, aumentó porcentualmente desde el 10 de febrero, y a fines de marzo alcanzó su mayor marca de intención de voto desde el comienzo de la elección.

Había un legítimo miedo de parte de cierto sector de la clase media de perder lo avanzado. De que los cambios de Humala fueran demasiado radicales, y creo que eso le da a García los votos de la clase media y viene de un sector más institucional (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

Figura 4

Preferencias electorales en la elección presidencial de 2006 en los meses de febrero y marzo

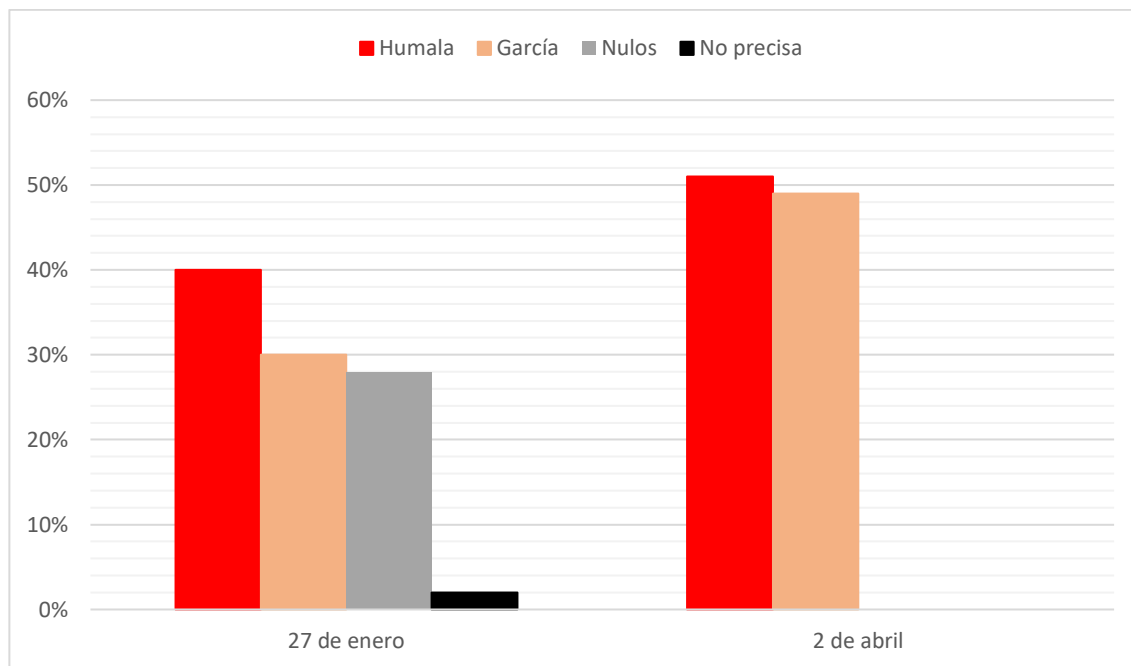


Fuente: Elaboración propia a partir de Apoyo.

Una encuesta realizada por Apoyo el 2 de abril, una semana antes de la primera vuelta, indicó que ante una eventual segunda vuelta entre Ollanta Humala y Alan García, el candidato nacionalista ganaría con un 51% contra 49% del candidato aprista.

Figura 5

Preferencias electorales ante una eventual segunda vuelta entre Alan García y Ollanta Humala en las elecciones presidenciales de 2006, en la semana previa a la primera ronda



Fuente: Elaboración propia a partir de Apoyo.

El 9 de abril de 2006 se llevaron a cabo las elecciones presidenciales. Al día siguiente el sentimiento general era el de la búsqueda de coaliciones y concertación para enfrentar la candidatura de Humala. Para García Sayán, solo una coalición democrática podría derrotar a Ollanta Humala. Editoriales periodísticas proponían una coalición entre García y Flores que “preserve la democracia”. Sin embargo, se indicaba que esto sería difícil luego de la confrontación entre ambos a finales de la primera vuelta.

Para el 12 de abril de 2006, se contaba con un 80,82% de votos escrutados según ONPE, y García mantenía la delantera sobre Flores por un 0,89% de votos. Para Fernando Tuesta, de las segundas vueltas que se dieron en el Perú hasta ese entonces, nunca las campañas estaban tan asociadas a las coaliciones y acuerdos en el Congreso como la de 2006. El líder aprista señaló la necesidad de una concertación partidaria. El candidato entendió la necesidad de buscar aliados para la segunda vuelta. Este escenario llevó a que García modere su discurso, señalando que una concertación era una “urgencia”, y que hacía falta “una gran dosis de tolerancia entre los partidos, por medio de las palabras y las acciones”. Además,

resaltó las cualidades de tolerancia y dialogo del ex presidente Valentín Paniagua para lograr consensos en cualquier gobierno.

En cuanto a propuestas, García indicó que para la población del sur, que había favorecido a Humala, se presentarían planes concretos y viables para el desarrollo de la agricultura. Por otro lado, declaró que el país “saldría de la crisis con una verdadera inteligencia empresarial”. Además, señaló su intención de acercarse a pueblos aimaras, quechuas y amazónicos, para lograr un proyecto unificado, y que su estrategia consistía en una “guerra contra el desempleo y la pobreza para ser líderes del Pacifico Sur”.

Alan García tuvo una campaña muy intensa, cercana a sectores medios y populares, a mototaxistas, mineros, sindicatos, construcción civil. Le jugamos a la izquierda en su cancha, en los sectores marginales de Lima, en los sectores sindicales. En eso hubo éxito (J. Del Castillo, comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

En Unidad Nacional, también se advirtió la convocatoria de otras fuerzas democráticas en caso de lograr pasar a la segunda vuelta, y se abrió a establecer vínculos con el Partido Aprista una vez finalizado el conteo oficial de votos. Flores comentó su disposición a iniciar un diálogo con el Partido Aprista ante la posibilidad de un congreso fragmentado y que las condiciones dadas obligaban a establecer acuerdos. Además, comentó que también se debería incluir a Unión por el Perú en los acuerdos parlamentarios, debido a su alta obtención de votos.

Por su lado, Humberto Lay, candidato de Restauración Nacional, el cual había obtenido más del 4% de los votos, señaló que “no apoyaría reformas basadas en el odio”, y que no apoyaría a Humala, pues representaba una posición autoritaria y un discurso violentista. Lay, enfatizó que en su partido se profesaba la religión evangélica y se creía en vías pacíficas y no podía apoyar un modelo autoritario, a la espera de que Humala cambie su discurso. El candidato evangelista se mostró abierto a concertar con García o Flores.

El presidente de Acción Popular, Víctor Andrés García Belaunde, señaló que sería más factible llegar a una alianza con Lourdes Flores que con Ollanta Humala por proximidad ideológica. Además, indicó que la actitud “arrogante y soberbia” de Humala no lo ayudaría a buscar aliados para la segunda vuelta. Según García Belaúnde, Humala pensaba que iba a ganar de todas maneras.

El escritor y ex candidato a la presidencia en 1990, Mario Vargas Llosa, señaló que “el triunfo de Humala sería una desgracia” para el Perú y Latinoamérica en general. Esto debido a que era un “discípulo de Hugo Chávez”, y “empujaría al Perú por la misma vía catastrófica que Chávez a Venezuela”. Para el autor, Humala deterioraría la democracia peruana, instauraría un gobierno militar, cerraría las puertas a las inversiones y censuraría los medios de comunicación. En esa línea, mostró su apoyo a Lourdes Flores en una eventual segunda vuelta.

Humala, en una entrevista con O Globo, instó a la clase media a “no dejarse llevar por el miedo a un cambio, por el odio a las personas que piensan diferente”, señaló que es parte de la democracia pensar distinto. Asimismo, ratificó que su hermano no formaba parte de su proyecto político ni equipo de campaña. Además, descartó que en un eventual gobierno suyo el Perú vaya a seguir el camino de Venezuela, y que sí respetaría la inversión extranjera y libertad de expresión.

Las simulaciones de segunda vuelta entre Humala y García, hasta el 12 de abril de 2006 beneficiaban a al candidato nacionalista, debido a la resistencia al voto que tenía García. Sin embargo, para Tuesta, el aprismo tenía mayor capacidad de establecer alianzas con el Frente de Centro, Unidad Nacional o los evangelistas, y no le sería difícil moderarse hacia el centro político. En cuanto al candidato nacionalista, este solo podría hacerlo con los fujimoristas, lo cual le sería contraproducente ante una desaprobación de sus aliados de izquierda. El candidato aprista manifestó que a pesar de haber sido perseguido por el fujimorismo, no tenía problemas en establecer vínculos con el fujimorismo “por el bien del Perú”, y con el objetivo de concertar con distintas agrupaciones políticas. Asimismo, Martha Chávez, candidato fujimorista en 2006, indicó que descartaba “cualquier tipo de posibilidad de hacer un pacto con Humala”.

En una conferencia a medios de comunicación, García señaló que “la concertación era fundamental para el Perú, pues es la cara contraria del atraso y la pobreza”. En tal declaración, García contrapone la concertación con cualidades negativas que se utilizaban para describir a su contrincante nacionalista. Así se puede identificar a Humala no solo como un candidato que llevaría atraso al Perú, sino como el candidato contrario a cualquier tipo de negociación o dialogo democrático. Ya no solo sería el candidato que significaba una amenaza para el Perú, sino uno contra el cual se tendrían que unir los partidos como una tarea fundamental.

Para Carlos Basombrío, lo que definiría la segunda vuelta sería el temor. Señaló que la victoria de Humala significaría un “salto al vacío con relación a la democracia, la economía y las relaciones internacionales”. Grompone, por su lado, señaló que García tendría que elaborar un discurso que llame a la concertación pero manteniendo una distancia de Flores para no perder a su electorado de la primera vuelta. Empleó un discurso en donde buscó ganarse los votos de los indecisos, porque tenía seguridad de que el voto de la derecha iría con él. Empleó dos tipos de estrategias discursivas (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

Una semana después de la elección, Xavier Barrón y Jorge del Castillo, voceros de Unidad Nacional y el APRA, respectivamente, se unirían en una conferencia de prensa. En esta no declararían una alianza de cara a la segunda vuelta, sino un mensaje democrático y de respeto hacia los resultados finales. Aun así, esta conferencia hubo guiños entre ambos personajes que se referían a una posible concertación para la segunda vuelta, señalando que “si bien no había un matrimonio entre ambos partidos, había un flechazo”, resaltando la importancia de “garantizar las libertades y evitar llevar al país a un abismo”.

Por su parte, Flores Nano comentó que el APRA, el Frente de Centro y Renovación Nacional serían una base para la gobernabilidad contra quien, declaró era el claro adversario: Humala y su proyecto, el cual indicó que representaba un salto al vacío que no conducía a nada. Sin embargo, no dio importancia a la reunión entre voceros. De igual manera, García comentó que el encuentro entre Barrón y Del Castillo era un encuentro “fortuito y nada formal”. Según J. Del Castillo, no hubo ningún contacto entre el APRA y el PPC. Nunca hubo un apoyo directo. Lourdes Flores declaró que votaría “con la nariz tapada”. La lideresa del PPC estaba induciendo al voto de sus simpatizantes. Significó un apoyo público (comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

A espera de los resultados de la primera vuelta, Vargas Llosa comentó que, si el Partido Aprista y Unidad Nacional no se unían, cualquiera de ellos que pase a segunda vuelta, perdería inevitablemente contra Ollanta Humala. Para el autor, la victoria de Humala sería una “regresión brutal”. Humala era comparado con el caudillismo, militarismo, populismo y autoritarismo. Tal amenaza solo podría ser vencida con una alianza inmediata para el gobierno, incluso antes de que se oficialicen los resultados de la primera vuelta. Para J. Del Castillo, el apoyo público de personajes

como Mario Vargas Llosa o Jaime Bayly a Ollanta Humala en 2006 era “impensable”, y que en una elección todo voto era bienvenido (comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

Vargas Llosa resaltó su crítica al primer gobierno de García en 1985; sin embargo, señaló que en tal contexto “no importaban las simpatías sino las antipatías”. Así, reforzaba un voto contra Humala. Vargas Llosa dijo entender las diferencias ideológicas entre el programa democristiano de Flores y el socialdemócrata de García; sin embargo, advertía que lo que debía primar era el compromiso con la democracia, enfrentándose a un “mal mayor”, el cual era Humala.

Días después García rechazaría esta propuesta, y dejaría en claro que no era partidario de una alianza o coalición con otras fuerzas políticas. El candidato aprista señaló que “sus alianzas serían con organizaciones empresariales y laborales, con federaciones de campesinos y profesionales independientes”. Sin embargo, una semana después comentaría estar abierto a concertaciones en un eventual gobierno suyo, con candidatos a la presidencia como Valentín Paniagua y Lourdes Flores, así como a todo “personal honesto”. Mientras tanto, siguió vinculando en sus declaraciones al candidato nacionalista con Hugo Chávez, llamándolo su jefe político, y comentando que era el hombre quien “lo inspira y conduce”.

Dos semanas después de la primera vuelta, Humala había visitado a la tumba de Víctor Raúl Haya de la Torre, un día después de llamar a los apristas “hijos de búfalo”. Ante esta eventualidad, García pidió al electorado no caer en provocaciones. El candidato aprista pidió no aceptar ningún tipo de violencia y llamó a la tolerancia. Señaló que Humala en primera vuelta mostró un mensaje radical y violentista.

Hay un conjunto de ciudadanos que votan por términos institucionales y que terminan decidiendo las elecciones de los años 2006, 2011, 2016 y 2021. Y ese conjunto de ciudadanos más preocupados por lo institucional tendió a preferir a García que a Humala, porque veían en el Humala de 2006 un peligro autoritario (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

El 21 de abril, Hugo Chávez volvería a manifestar su deseo para que Humala gane la presidencia, a pesar de sus constantes intromisiones en los asuntos internos del Perú. Días después, Evo Morales, llamaría al entonces Presidente del Perú, Alejandro Toledo, un “traidor de los indígenas peruanos y de toda Latinoamérica”, debido a la negociación del TLC con Estados Unidos, indicando que esto generaba una crisis en

la Comunidad Andina de Naciones. García criticó a Morales con comentarios irónicos en los que señalaba que el presidente boliviano buscaba responsables externos para justificar sus promesas incumplidas.

El gobierno venezolano compartió esa línea de crítica hacia Perú, y el 27 de abril volvería a manifestar su apoyo público a Humala para que frente la firma del TLC. Ante esto, el candidato. Su crítica más dura vino contra Chávez, al cual llamó un “sinvergüenza” por pedirle al Perú que deje de negociar con Estados Unidos. Chávez devolvería el insulto a García de manera más proferida, acusándolo, entre otras cosas, de corrupción. El ex mandatario venezolano señaló que de ganar García, no tendrían relaciones con el Perú. García respondería llamando a sus declaraciones como deplorables. De esa manera, se formó un altercado personal entre el presidente extranjero y candidato.

La idea de García era definirse en torno al tema de Venezuela. No atacar directamente al candidato Humala, sino poner la disyuntiva “Chávez o el Perú”. Era mejor confrontar con un gobernante muy intervencionista en términos de política latinoamericana y que era muy mal visto por la mayoría de ciudadanos peruanos (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

En este contexto, Humala se abstuvo de criticar las expresiones de Chávez, cuando sí de García al expresar que “no debería llegar a ese tipo de nivel de relaciones con un presidente de cualquier país”. Por su parte, su esposa, Nadine Heredia, lamentó las declaraciones de Chávez y García. Luego, Chávez confirmó una vez más su apoyo a Humala, al pedirle que “salve al Perú”.

Una vez retirado el embajador venezolano del Perú, se generó una polémica al respecto. El ex presidente Paniagua comentó que “rechazaba cualquier tipo de intromisión extranjera en la vida política del Perú”. Por otro lado, el cardenal Cipriani, señaló que “no había antecedentes en América Latina de un lenguaje que maltratara de manera tan baja a un ciudadano peruano. La injerencia es grosera e inaceptable”.

El 29 de abril, el Gobierno del Perú retiró a su embajador de Venezuela, ante la “persistente y flagrante intromisión” de Hugo Chávez en la política interna. Esto después de que el presidente venezolano insultara al presidente Alejandro Toledo y al candidato presidencial Alan García en una conferencia de prensa. Hugo Chávez retiraría al embajador venezolano en Perú cuatro días después. Aun así, Chávez continuó manifestando su apoyo públicamente a Humala, al igual que Evo Morales.

Cada insulto de Hugo Chávez significaban miles de votos que perdía Humala (J. Del Castillo, comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

El 3 de mayo, finalmente se presentaron los resultados oficiales de la ONPE al 100%, y se confirmó el pase a segunda vuelta de Alan García y Ollanta Humala. En su siguiente conferencia de prensa, Alan García manifestó que llevaría a cabo “cambios radicales pero con responsabilidad”. De la misma forma hizo constantes referencias a Chile como el país al que Perú debe enfrentar comercialmente. El candidato señaló que las demandas de la población se realizarían “sin enfrentamientos ni odio, sino con responsabilidad”. En tercer lugar quedó Lourdes Flores, quien aceptó su derrota a pesar de haber efectuado diversos reclamos. La candidata declaró que se dedicaría a escuchar a ambos candidatos antes de decidir a quién votaría.

Según una encuesta de Datum Internacional, los insultos de Chávez a García terminaron por favorecer al candidato aprista. En cuanto a la percepción de las campañas en primera vuelta, la de Ollanta Humala fue considerada la más agresiva por el 45% de encuestados. El 26% de los encuestados manifestó que Humala no tenía fortalezas, y que su principal debilidad era su agresividad. Entre otras debilidades señalaron el caso Madre Mía, su autoritarismo, la mala imagen de su hermano, entre otros. La candidatura de García fue percibida por los encuestados como la más sincera y la que mejor informó a los ciudadanos sobre sus propuestas de gobierno, además de la más creativa e ingeniosa. Asimismo, señalaron que sus principales debilidades eran su mala labor como presidente, y su percepción como mentiroso o corrupto.

No hubo una campaña del miedo. Si el hermano va a Andahuaylas y mata policías, no necesitas ni decirlo, solito funciona. El discurso de Alan estaba más orientado a generar confianza, a crear las condiciones para el desarrollo económico con justicia social, con mejores mecanismos de redistribución. Ese era el sentido de la campaña (J. Del Castillo, comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

Más adelante, en otra encuesta, los sondeos de opinión le daban la delantera a García por doce puntos. En un mitin en San Martín, García declaró que “no se debía utilizar la justicia social para construir dictaduras”. Mencionó que no se “debía sacrificar la libertad y el derecho”. Finalmente expresó que el modelo venezolano no podría ser exportado al Perú.

Con respecto al modelo económico, un tema importante en la elección de 2006 fue el debate sobre el Tratado de Libre Comercio que el Perú suscribiría con Estados Unidos. Humala, se mantuvo firme a lo largo de la campaña con su posición contraria, enfatizando que este tratado iría contra los intereses del Perú, y que de ser electo “agotaría los mecanismos constitucionales para que no se aplique”. Por su lado García tuvo una posición ambigua al respecto. En ocasiones fue muy crítico, en especial sobre las etapas de negociación de este, pero su posición fue cambiante, sobre todo porque su programa de gobierno consistía en incentivos a la exportación.

En la época del TLC, Alan tuvo críticas en la campaña. Él dijo que iba a leer línea por línea. En la campaña la posición fue que íbamos a estudiar bien el TLC, pero una vez asumido el gobierno se tomó una posición (J. Del Castillo, comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

Esta posición indefinida del aprismo con respecto a la suscripción del TLC durante la campaña presidencial no supuso un cambio en el voto de sus partidarios. E. Patriau señala que los apristas siempre votan por el Apra, no había peligro de perder su voto. Con García eran muy disciplinados para el voto (comunicación personal, 28 de setiembre, 2023).

A pesar de representar a la población crítica del ‘izquierdismo’ del candidato Humala, García tuvo un discurso populista que hizo referencia a los orígenes del discurso aprista, del discurso aprista primigenio, del partido anti imperialista (E. Patriau, comunicación personal, 28 de setiembre, 2023).

El APRA es un partido ideológicamente de izquierda democrática. Que es muy distinto a la izquierda marxista. La izquierda democrática cree en las libertades, en la alternancia de poder, en la libertad de prensa, en todos los derechos que puedan existir en la Constitución. El Apra está en la centro izquierda (J. Del Castillo, comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

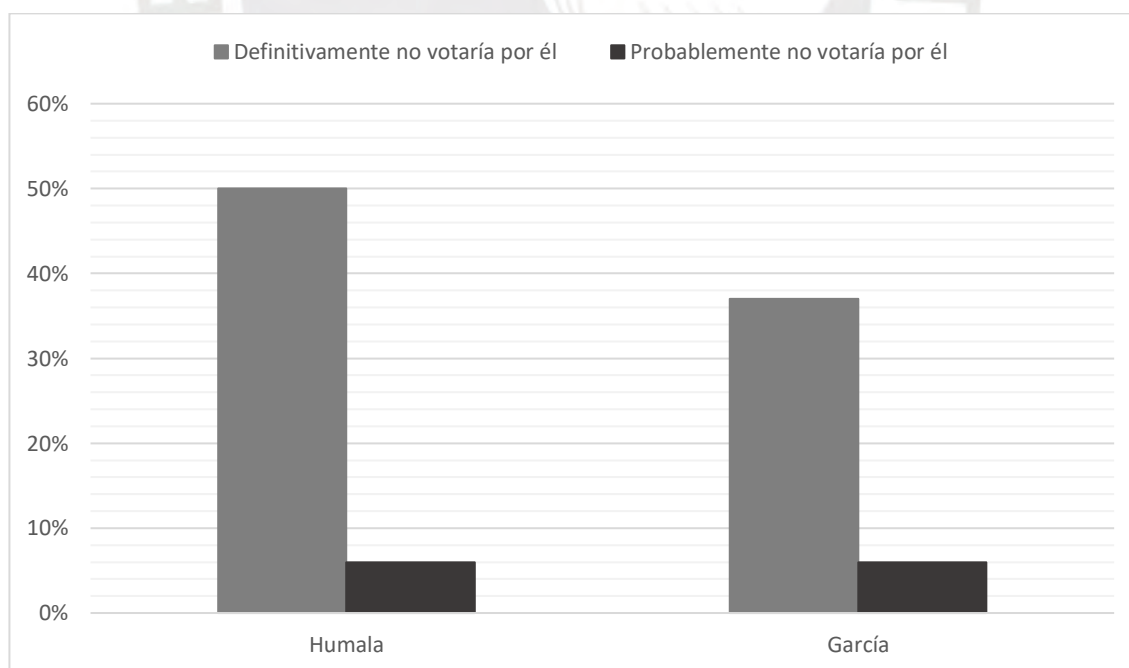
Sumada a la ambigüedad con respecto al TLC con Estados Unidos, desde el aprismo existían posiciones que podrían considerarse contrarias al sistema político existente. Durante la campaña del 2006, J. Del Castillo afirma que la posición del APRA era retraer la Constitución de 1979, pero que la izquierda votó en contra de tal iniciativa. Señala que se propuso en 1995, en 2002 y 2011, con una posición a favor del sistema democrático y de libertades y de un mercado libre pero con regulación del Estado (comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

A pesar de ello, se considera que la candidatura de García no era antisistema, más bien era pro sistema. García comunicó la idea de hacer un cambio en democracia, sin salir de las líneas matrices del modelo económico (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023). En ese entonces y hasta la actualidad, desde el aprismo se marcó una línea divisoria clara con las políticas socialistas en general.

Para el 7 de mayo, García tenía un 44% de intención de voto frente a un 34% de Humala, con 18% de voto nulo. Esa misma semana, una encuesta de Apoyo, le dio a Alan García la delantera por catorce puntos de diferencia. Para este entonces había un 25% indecisos. En cuanto al antivoto, Ollanta Humala registraba para esta fecha un 56% de actitud negativa, con un 50% que definitivamente no votaría por él, y un 6% que probablemente no lo haría. García contaba con un 43% de actitud negativa, con un sólido 37% que no votaría por él y un 6% que probablemente no lo haría. A pesar de su gran antivoto, el 53% de los encuestados consideraba que un candidato nuevo como Humala merecía una oportunidad como presidente. Por otro lado, un 51% consideraba que García merecía una segunda oportunidad.

Figura 6

Antivoto de los candidatos presidenciales en la segunda vuelta de la elección presidencial 2006



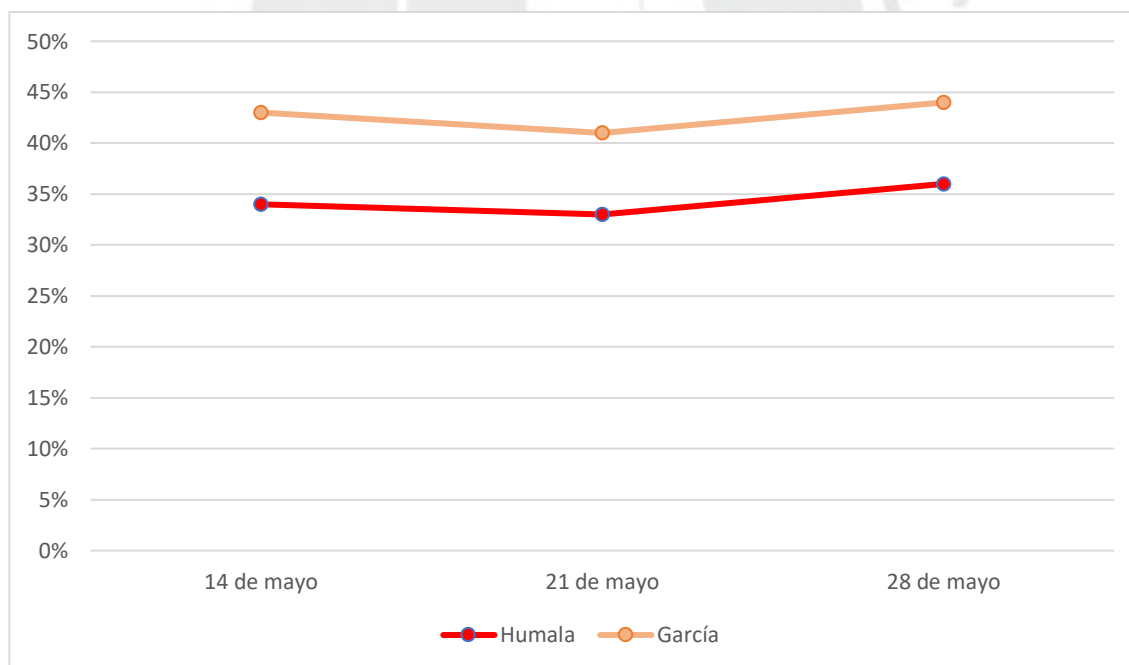
Fuente: Elaboración propia a partir de Apoyo.

Ollanta Humala implicaba una amenaza antidemocrática en ese momento. Tenía una posición cercana a lo que podríamos llamar comunismo en términos generales. Si bien él tenía un sector popular, la mayoría del pueblo peruano no aprobaba eso de ninguna manera. El Humala del 2006, no es el de 2011, el que cambia completamente su hoja de ruta (J. Del Castillo, comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

El 14 de mayo, García disminuyó un punto porcentual, obteniendo un 43% pero manteniendo una distancia considerable frente a Humala, el cual mantuvo su 34% de intención de voto. La semana siguiente, la intención de voto de García siguió disminuyendo, ahora obteniendo un 41%, Humala obtuvo un 33% de intención. En 14 días, la diferencia entre ambos se redujo de 10% a 8%. El 28 de mayo si bien Humala aumentó su intención de voto, llegando a 36%, García lo hizo en la misma medida, obteniendo un 44%, por lo cual la diferencia de 8% se mantuvo. Para el día de la elección García obtuvo un 48,14% de votos emitidos, y Humala un 43,33% de votos emitidos.

Figura 7

Preferencias electorales en las tres semanas previas a la segunda vuelta de la elección presidencial 2006



Fuente: Elaboración propia a partir de Apoyo

Tanto en Lima como en provincias. El Apra gana en La Oroya ¿cómo así? Porque Humala podía tener al sindicato de lado, pero la población ve una amenaza en el cierre de las minas. Vota por Alan García porque eso le significaba una continuidad de trabajo (J. Del Castillo, comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

#### 4.2. Alianzas de Alan García con otras fuerzas políticas

A diferencia de Humala, García tenía la oportunidad de concertar con distintas fuerzas políticas, ya que García tuvo una postura mesurada en primera vuelta, más allá de sus comentarios contra Flores. Humala representaba una figura antisistema que había roto con la política tradicional. En ese sentido, García tenía un mayor margen de maniobra para hacer alianzas. A pesar de ello, en lo que respecta al apoyo logístico, de personeros, solo formó parte el Partido Aprista y personal independiente del Frente Social (J. Del Castillo, comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

El Apra supo convocar a otros sector de la ciudadanía. Era el Partido Aprista y el Frente Social, el cual era un fenómeno político que se desarrolló con el objetivo de convocar a otros peruanos competentes capaces de aportar a un gobierno y tuvo mucho éxito (J. Del Castillo, comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

El presidente Toledo, en una visita a La Libertad, hizo un comentario sobre ambos candidatos, en el que comentó que la decisión sería entre la democracia y el autoritarismo, resaltando la importancia de darle continuidad a la democracia. Añadió que “a medida que hace más obras en La Libertad, tiene la sensación de que se mete en el corazón del Apra”. Esta declaración demuestra una parcialidad a favor del candidato aprista, y significaría el apoyo de una figura relevante como el presidente del Perú en favor de su candidatura. Humala señaló que este era un pacto para que, de ganar García, no se investigue a Toledo. García negó tal pacto, pidió neutralidad al presidente, e incluso hizo referencia a las características comunes entre Humala y Toledo.

El Apra cambió su eslogan de campaña en la segunda vuelta, de “Siempre con el Pueblo” a “El Cambio Responsable”. Estos cambios en el discurso tendrían la intención de captar el voto que Unidad Nacional tuvo en la primera vuelta. García mencionó en una rueda de prensa la importancia de recoger las demandas de las clases medias y de los sectores que apoyaron a Lourdes Flores. Añadió que no quería “Un Salto al Vacío”, en alusión a Humala.

El Cambio Responsable hace referencia a hacer cambios en el terreno social, vender la idea de que el Perú puede ser el líder sudamericano, pero sin arriesgar lo avanzado en términos económicos en los últimos años (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

Otras figuras políticas, como Javier Diez Canseco del Partido Socialista, señalaron que no creían que Humala representara a la izquierda, pues su posición política no

era clara. De esa manera, se distanció del candidato nacionalista. Natale Amprimo de Alianza por el Perú manifestó su respaldo público a García, diciendo que es hora de dejar las diferencias. Humberto Lay de Restauración Nacional manifestó que “no apoyaría a una posición radical ni violentista”, manifestando su apoyo a Alan García.

A pesar de que García era un político criticado por los resultados de su pasado gobierno (1985-1990), en la segunda vuelta, no surgió un miedo generalizado a su retorno al poder ni pronunciamientos políticos contra su candidatura.

El antiaprismo no moviliza, se queda en el discurso, pero no ha habido, en la historia electoral reciente, movilizaciones anti apristas. No convoca de esa manera. En el año 2006 un elemento que no estaba con esa fuerza fue el ciberactivismo. En términos de recursos, los movimientos anti tienen una dificultad importante en tener muchos detractores en el espacio económico. No existía el ciberactivismo que hiciera gratis activar contra los detractores (E. Carlín, comunicación personal, 5 de octubre, 2023).

#### 4.3. Avisos televisivos del APRA

En la primera vuelta hubo un total de once spots televisivos. Estos spots contaban con elementos característicos que se repetían en la gran mayoría de ellos. Estos son la aparición de una paloma blanca y la bandera del Perú ondeando de fondo al inicio y final de los spots. Además, los textos en los anuncios eran de letra blanca. Al inicio y final, las estrellas del Apra marcadas. Finalmente, una melodía a lo largo del video caracterizada por un sonido alegre y folclórico que recitaba el eslogan “Gana el pueblo, Gana el Perú”. Mencionadas estas características comunes, se describirán las características específicas de cada aviso publicitario.

El primer spot estaba formado por videos de distintos mítines enfocados en los simpatizantes apristas. Continuaba con Alan García entre la multitud y el eslogan “Gana el Pueblo, Gana el Perú”. A lo largo del video se mencionaban sus propuestas de gobierno, las cuales tenían un enfoque social y de justicia laboral. El spot finaliza con un mensaje de Alan García en el que dice: “el Apra como todo movimiento y obra humana puede cometer errores, pero jamás ha traicionado ni abandonado al pueblo ni lo hará”. Ese mensaje estaba acompañado con videos de Alan abrazando niños.

Un segundo y tercer spot tienen una temática similar entre sí que distingue del resto. En el segundo no está acompañado por la melodía característica, sino de una melodía urbana de género hip hop. En ella se ven estrellas apristas de color blanco, bailando en la playa en un día soleado con trajes de baño y lentes de sol. El spot

finaliza con el eslogan “Ganan los jóvenes, Gana Perú”. En el tercero se aprecian estrellas blancas con vestimentas típicas de la sierra peruana. Estas bailan la melodía característica con sonrisas en Machu Picchu.

Se recorrió todo el país, era una campaña bien armada, con mucho guiño a los jóvenes (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

El cuarto spot inicia con una voz grave que dice “el Perú necesita tu voto”. Le sigue un video de Alan García mencionando propuestas de campaña, tales como la posibilidad de crecimiento internacional y desarrollo del mercado interno. Junto con esto crítica a la “derecha de los ricos que crea injusticia y desempleo”, y al “extremismo que genera enfrentamiento, caos y pérdida de trabajo”. El candidato señala que el Apra está en medio, y la posibilidad de crear empleo con justicia social, derechos laborales y seguridad ciudadana.

Un quinto, sexto y séptimo spot comparten una estructura similar. El quinto inicia con un texto que dice “8 horas de trabajo”. A este le siguen testimonios de personas entrevistadas en la calle, pidiendo por una jornada laboral más justa. Finaliza el video con una entrevistada diciendo que confía que Alan es el único que hará que tal jornada se respete. El sexto inicia con el texto “por servicios y tarifas justas”. Le siguen testimonios de ciudadanos que mencionan sus dificultades para pagar por servicios básicos. Finalmente una mujer menciona que confía en que García los ayudará. El séptimo inicia con el texto “más horas de estudio”. Luego, se aprecian testimonios de ciudadanos indicando que sus hijos no aprenden suficiente y que más horas de estudio hubieran ayudado a mejorar su conocimiento. Finalmente, un joven menciona que votará por García.

El octavo spot, inicia con el texto “Jóvenes con Alan” que permanece durante todo el video. Seguido, se enfoca un mitin con el candidato aprista comentando una alianza entre el Apra y la juventud. Señala que él se hará cargo de sus preocupaciones y esperanzas. Luego, se muestra a García en el estrado de la mano de dos jóvenes. Se menciona “el Apra ha sintonizado con el corazón de los jóvenes”. Señala que “devolverá al pueblo la alegría que el desempleo y la pobreza le han quitado”. El video finaliza con jóvenes coreando “Alan presidente”.

En los últimos tiempos el sector juvenil estaba bastante alejado de la política. La gran mayoría de jóvenes tienen un trabajo precario, en el sector popular del país. Hacia ese

sector, Alan tenía un discurso claro, cercano, afectuoso. Les hablaba de la tecnología, eso fue muy importante (J. Del Castillo, comunicación personal, 21 de noviembre, 2023).

El noveno spot muestra a García en tres mítines en tres ciudades distintas del país. Primero, en Jaén, en el que señala su compromiso y misión de evitar la victoria de la derecha y de evitar que el pueblo apueste por un salto al vacío. Segundo, en Huancayo, mencionando propuestas relacionadas a pensiones y tarifas justas. Por último, en Trujillo, mencionando propuestas relacionadas a educación gratuita, 8 horas de trabajo, horas extras pagas, se acaba el despido arbitrario.

El décimo spot inicia de manera peculiar, con un fondo negro y una voz diciendo “los ricos y Lourdes Flores se desesperan”, junto a un aviso publicitario de la candidata del PPC. Luego, se menciona “vuelven con su campaña sucia”. Finalmente se dice “no les creas” y el mensaje “el voto lo decides tú”.

Se tiene spots políticos haciendo referencia a la derecha, a los ricos, y hablando del pueblo. Es un discurso populista en ese sentido, contrapone al pueblo y a una élite económica. Es un discurso pensado expresamente para atacar a quien García consideraba era su rival (E. Patriau, comunicación personal, 28 de setiembre, 2023).

El último spot es el más largo. Es una especie de mensaje final de campaña. Inicia con una voz diciendo “el Perú necesita tu voto”. Le sigue un video del candidato aprista con el mapa de Perú de fondo, mencionando sus propuestas relacionadas al empleo, justicia social y derechos laborales. Recalca la oportunidad del Perú para crecer en la economía mundial y el mercado interno. Hace referencia a sus principales contrincantes señalando que “hay dos caminos equivocados y el Apra plantea una solución”. Por un lado menciona a “la continuación económica que favorece a los ricos y crea desempleo e injusticia”. Por otro lado al “extremismo improvisado que conduce al desorden, enfrentamiento y al desempleo mayor”. García se posiciona en centro, mencionando sus propuestas de campaña en educación, salud, trabajo, tanto para el sector rural como el urbano. El candidato menciona que ya no existe Sendero Luminoso ni una crisis económica como en su primer gobierno, sino mundo en crecimiento. Finaliza prometiendo por sus hijos y el Apra que no le fallará al Perú.

En estos avisos televisivos, se pueden observar distintos mensajes en el discurso de García. En primer lugar el candidato reconoce errores cometidos en el pasado, durante su gobierno entre 1985 y 1990, y expresa su compromiso con el electorado. Este reconocimiento se da en un contexto en el cual, una de las mayores debilidades

de su candidatura era la mala percepción generalizada de su primer gobierno. Una segunda característica de su mensaje es la intención de querer hacerse popular y atractivo al electorado joven. En el segundo spot, el candidato añade elementos musicales y culturales novedosos de la épica. Este electorado sería su objetivo no solo por su gran masas electoral, sino debido a que podrían no tener un recuerdo reciente de su primer gobierno. Asimismo, en el tercer spot añade características específicas de la sierra peruana. Se estaría buscando captar el voto joven de estas regiones, que no estaría familiarizado con una playa costera.

Una característica muy presente en los spots del candidato aprista, es el constante remarque de sus propuestas de gobierno, y su agenda programática con un enfoque de justicia social y laboral. Hasta el octavo spot, se muestra el acercamiento del aprismo a su público joven, y remarca las propuestas de su plan de gobierno con las demandas de los sectores más populares. A partir del noveno spot, el enfoque cambia. Sin dejar de lado completamente las propuestas, se hace referencia por primera vez a sus dos principales contrincantes, Lourdes Flores y Ollanta Humala. En los siguientes se ve una intención más confrontacional, en especial con la candidata de Unión Nacional, con la que García se disputaba el pase a segunda vuelta. Por último, el onceavo spot sería una combinación entre mostrar a detalle sus propuestas, atacar a sus contrincantes, y aceptar los errores de su pasado gobierno. Sin embargo, también excusa su último gobierno en el contexto de Sendero Luminoso y crisis económica. Su objetivo es señalar que en las condiciones de estabilidad dadas en 2006, tendría un mejor gobierno.

En la segunda vuelta hubo un total de siete spots televisivos. Como en la primera vuelta, estos anuncios contaban con elementos característicos que se repetían entre ellos. Elementos similares con los de la ronda pasada eran la aparición de una paloma blanca y la bandera del Perú ondeando de fondo al inicio del spot. Además, los textos en los spots eran de letra blanca. También, al inicio y final las estrellas del Apra marcadas. Elementos nuevos eran el final de la publicidad, en la que aparecía el candidato García desde un balcón con una paloma blanca posada en su hombro. Finalmente, la melodía característica con un sonido alegre y folclórico pero con un eslogan diferente al de primera vuelta, el cual en esta ronda fue “el cambio responsable”. Mencionadas estas características comunes, se describirán las características específicas de cada aviso publicitario.

El primer spot inicia con un discurso de Hugo Chávez en blanco y negro, en el que dice “tienes que ganar Ollanta”. A esto le sigue una voz haciendo la pregunta ¿“Chávez o el Perú?”. Luego, se cambia el tono oscuro por el fondo de bandera peruana ondeante con una paloma blanca en medio, como en la primera vuelta. El spot sigue con una invitación a un mitin el 1 de junio en Paseo de la República. A esta invitación la acompaña un video del público y García desde un balcón con una paloma blanca en el hombro. El video finaliza con el eslogan “los peruanos con Alan, el cambio responsable”.

El segundo y tercer spot retoman la línea de mención de propuestas. El segundo inicia con García con el mapa de Perú de fondo. El candidato menciona sus propuesta sobre empleo a la juventud, ayuda a las mypes, y becas educativas. Finalmente, el candidato declara un compromiso con la juventud y el empleo. El tercero inicia con la imagen de un asentamiento humano. Luego, aparece un texto en el que se lee “sin agua no hay democracia”. Le sigue una mujer subiendo las escaleras de un cerro con su hijo junto a un audio de García en el que menciona el problema del agua en los Asentamientos Humanos limeños. Después aparecen testimonios de vecinos diciendo que el AAHH se fundó en el año 1990 y hasta el 2006 no tienen ni agua ni desagüe. Por último aparece un niño diciendo que tiene 14 años y nunca ha tenido agua. El spot finaliza señalando que con García se iniciarían obras en distintos Asentamiento Humanos en distintos distritos del Perú.

El cuarto y quinto spot tienen una estructura similar. El cuarto inicia con el texto “servicio con tarifas justas”. Le sigue el candidato aprista con el mapa peruano de fondo mencionando que reducirá tarifas de servicios públicos para que los hogares ahorren más. Por último señala que no les fallará al Perú. El quinto inicia con el texto “8 horas de trabajo”, seguido del candidato García con el mapa peruano de fondo. En él menciona propuestas relacionadas a derechos laborales.

Al inicio del sexto spot aparecen multitudes de simpatizantes apristas. Luego, una voz diciendo que el Perú quiere un cambio profundo, por el empleo, por justicia y educación. Pero afirma que este cambio debe ser responsable, sin odio ni violencia, con paz e igualdad. Se indica la posibilidad de que el Perú sea el primer lugar en Sudamérica. En el video aparecen tres palomas blancas entre propuestas. El video finaliza con el público aprista coreando “vamos a ganar”, junto con la melodía de la primera vuelta “gana el pueblo gana el Perú”.

Al igual que en primera vuelta, el último spot es el más largo. Este inicia con ruidos estruendosos de balas y explosiones. Seguido aparece el rótulo de “violencia” en un fondo negro, junto con un clip de Antauro Humala. Luego, aparece el rótulo de “muerte” en un fondo negro, junto a un clip de, aparentemente, un cadáver en el Andahuaylazo. Después de esto aparece un clip de Hugo Chávez mostrando su apoyo a Ollanta Humala. Luego, aparece un tercer rótulo de “terror” en fondo negro, seguido de un video de una balacera entre la policía y etnocaceristas. El cuarto rotulo es “autoritarismo” en fondo negro, con una imagen de los etnocaceristas alzados en armas sobre un auto gritando “viva el comandante Ollanta”.

Después la palabra “dolor”, seguido de un video de los cuatro policías asesinados en el Andahuaylazo. A esto le sigue un fondo negro. Seguido, surge un fondo con la bandera peruana ondeante con una voz que menciona “no votes por la violencia, vota por el cambio responsable”. Por último, un video de un mitin aprista con el público coreando “Alan presidente”. El video finaliza una imagen de Alan con una paloma blanca y una voz diciendo “Alan Perú, el cambio responsable”, con la melodía alegre característica “gana el pueblo gana el Perú”.

En líneas generales, el primer spot señaló el inicio de una campaña más agresiva y focalizada en resaltar los errores y peligros del candidato Humala, con ello se aprecia como el discurso de García se comienza a adaptar a la coyuntura. No obstante, en los spots siguientes no deja de mencionar sus propuestas de campaña y enfoque de justicia social. Una característica novedosa de sus anuncios en esta ronda es un mensaje que busca sensibilizar a su público. Esto se evidencia en las imágenes y testimonios en AA.HH.

No es hasta los dos últimos spots que García tienen nuevamente un mensaje confrontacional. Esto podría deberse a que buscaba dar una imagen moderada a diferencia de la percepción generalizada de agresividad que se tenía de su contrincante. En el sexto spot se compara a su oponente, mencionando su mensaje de cambio pero de manera “pacífica”, así, situando a Humala en la otra orilla como el cambio no pacifico. En el último anuncio, García sigue la línea confrontacional del primer spot de segunda vuelta, pero en una línea incluso más intensa. El spot vincula al candidato nacionalista con los asesinatos de policías en el Andahuaylazo, y con el presidente venezolano, Hugo Chávez.

El discurso de García, el cual durante la primera vuelta se centraba en su agenda programática y moderación, se apoyó de la coyuntura y errores del contrincante para construir una nueva imagen de sí mismo. Por último, el candidato aprista activa un clivaje “pro-anti chavismo”, cuando pregunta “¿Chávez o el Perú?”. Este cuestionamiento de su candidato con los intereses del Perú, los profundiza en el debate presidencial.

La gente puso en la balanza ¿qué me da más miedo? Darle la segunda oportunidad a García o darle la primera oportunidad a Humala. La respuesta fue mejor malo conocido (E. Patriau, comunicación personal, 28 de setiembre, 2023).

#### 4.4. El debate presidencial de 2006

El debate presidencial de 2006 fue el segundo en la historia republicana del Perú, y el primero desde 1990. Este debate se desarrolló en Lima el 21 de mayo. Este debate inició con la demora del candidato Humala, la cual fue criticada por el candidato García.

La primera temática fue la de Derechos Humanos. García conservó su línea programática de cambio y justicia social, pero dejó en claro que tales reformas las llevaría a cabo con un perfil democrático y respetando las libertades individuales, de prensa y libertad de expresión. De esa manera el candidato hace referencia de manera sutil al perfil autoritario del que se le acusaba a Humala.

El mensaje de García es un tanto confuso pues, critica a la estructura económica de la que está sujeta el Perú, señalando sus inequidades. Sin embargo, al mismo tiempo se mantiene a favor de conservar el sistema, cuando manifiesta que está a favor de mantener la constitución. Indicó que no se necesitaba una asamblea constituyente y es primordial preservar la gobernabilidad. Más adelante, García menciona la importancia de conservar la soberanía del Perú y “no entregar el país” a un país petrolero, haciendo referencia a Venezuela. García De esa manera se apoya en el clivaje anti chavismo para diferenciarse de las políticas de su rival.

La segunda temática fue la de economía. En esta, el candidato aprista menciona que elegir a Humala representaría un “salto al vacío”, el cual generaría que los inversionistas se vayan. Luego, hizo referencia a Chile durante dos ocasiones, en referencia a que tal país recibiría las inversiones que huirían del Perú. De esa forma, García induce a la rivalidad con el país chileno para que el electorado no vote por

Humala, ya que un gobierno suyo representaría la ganancia de Chile y la pérdida de Perú. Asimismo, el candidato aprista sale a la defensa de los intereses del Perú. La opción chavista de Humala representaría la pérdida de la soberanía peruana. El discurso de García construía a la candidatura de Humala como una al beneficio de los intereses de otros países, pero no del Perú. Así, desarmaba su mensaje básico nacionalista.

La tercera temática fue la de política social y anticorrupción. Como propuesta, García señaló la importancia de la inversión nacional e internacional, y la acción del Estado. Recalcó en el impulso de las microempresas y la agricultura. Luego mencionó sus propuestas específicas para el sector educación, salud, vivienda, y políticas anti corrupción. Al igual que en la temática pasada, estuvo muy enfocado en su agenda programática. No obstante, en los últimos minutos, mencionó a Hugo Chávez, al indicar que, a diferencia de Venezuela, el Perú no es autosuficiente y necesita de inversión extranjera. Asimismo, mencionó a Evo Morales, al señalar que de seguir un plan como el del presidente boliviano, habría más desempleo y confrontación entre peruanos, y por tanto, habría menos inversión. En síntesis, el candidato aprista hizo énfasis en su plan de gobierno la mayor parte del tiempo, pero acompañaba este discurso con críticas a los aliados políticos de Humala y acrecentó su posición anti chavista.

La cuarta temática fue la descentralización. En ella el candidato aprista hizo una inicial crítica al presidente Toledo, al señalar que su reforma de descentralización no fue eficaz. Luego, elaboró su discurso alrededor de sus propuestas. A lo largo del debate Humala mostraba una actitud agresiva, mientras que García una moderada y de voz más calmada. Humala le preguntó a García en varias ocasiones si, de llegar a ganar la elección, liberaría a Vladimiro Montesinos. García respondió que, en democracia, no es asunto del presidente darle libertad o no a un reo, sino facultad de Poder Judicial o la Corte Suprema. Indicó que a lo que se refiere Humala es un militarismo. De esa manera, en medio de sus propuestas, García aprovechó el error de su contrincante para vincularlo con el militarismo o autoritarismo, y vincularlo de manera específica con la dictadura militar de Velasco Alvarado.

La última temática fue la de seguridad ciudadana. Al igual que en la temática pasada, el candidato García inició haciendo una crítica al presidente Toledo sobre la inseguridad en su gobierno. Luego, señala que Ollanta Humala “destruiría la PNP”

con su propuesta de “desmembrar a 1800 micro policías”. Más adelante, hace mención al Andahuaylazo, en el que cuatro policías fueron asesinados en un levantamiento impulsado por el hermano del candidato nacionalista, Antauro Humala. Finalmente, Ollanta Humala pidió que “el miedo no venza a la esperanza”. García, por su parte, señaló que “él no levanta la bandera de odio ni de confrontación, sino de unión y paz”. Resaltó la importancia de un camino de tranquilidad. De justicia social sin violencia ni odio. Por último hizo una mención a Dios, y pidió serenidad y tranquilidad por los pobres del Perú. En síntesis, García resaltó sus propuestas con enfoque social e hizo un llamado a la igualdad, y al mismo tiempo creó un clivaje violencia-paz, para diferenciarse de Humala.

En la Tabla 8 se muestran las veces que el candidato García hizo referencia a tópicos de la coyuntura política en su discurso durante el debate.

Tabla 8

Menciones y referencias del candidato Alan García en el debate presidencial del balotaje 2006

Referencia implícita a Hugo Chávez	2
Referencia explícita a Evo Morales	1
Referencia implícita autoritarismo	1
Referencia al Andahuaylazo	1
Asociación con Juan Velasco Alvarado	1
Referencia a una rivalidad con Chile	2
Culpa a Toledo (al sistema)	2

Fuente: Elaboración propia.

En general, a lo largo de la segunda vuelta, Alan García expuso sus propuestas de gobierno y filosofía política con énfasis. Sin embargo, este discurso fue acompañado de nuevos elementos que incorporó de la coyuntura política y los errores de su contrincante. Entre ellos están las menciones al Andahuaylazo, las cuales también se ven incorporados de manera intensa en sus spots televisivos. Uno de los errores del candidato nacionalista fue el acercamiento con Hugo Chávez, el cual según las encuestas, perjudicó su candidatura y benefició a García. El candidato aprista criticó esta alianza de manera recurrente en su discurso. Otro de los elementos característicos de la candidatura de Humala fue su manera agresiva de expresar su descontento con la desigualdad en el Perú. Esto, sumado a sus vínculos con un

régimen anti democrático en Venezuela, fueron apoyo para que el discurso de García lo vincule a términos como “el odio y la violencia”.

La alianza con Hugo Chávez y sus discursos de apoyo, significaron un error que benefició a García en las encuestas, y a la creación de rótulos hacia Humala. Pero también aportó a que García active un clivaje que creó una imagen de su contrincante. Este clivaje alimentó las preocupaciones generales de la coyuntura política. El clivaje que fue activado en su discurso fue el de pro-anti chavismo, al cual le dio un enfoque en el que pusiera en debate los intereses nacional del Perú.



## 5. Análisis del discurso de campaña de Pedro Pablo Kuczynski en 2016

El seguimiento de la coyuntura nacional se ha dado a través de la recolección información en medios periodísticos escritos y televisivos de la época. Para este primer recojo de información se revisó material periodístico impreso durante las cuatro semanas anteriores al primer debate presidencial, en las cuales se reveló, en un reportaje periodístico, una presunta investigación de la DEA al secretario general de Fuerza Popular, Joaquín Ramírez. Este periodo de tiempo fue seleccionado debido a que la literatura sugiere que fue un periodo de importancia para la elección.

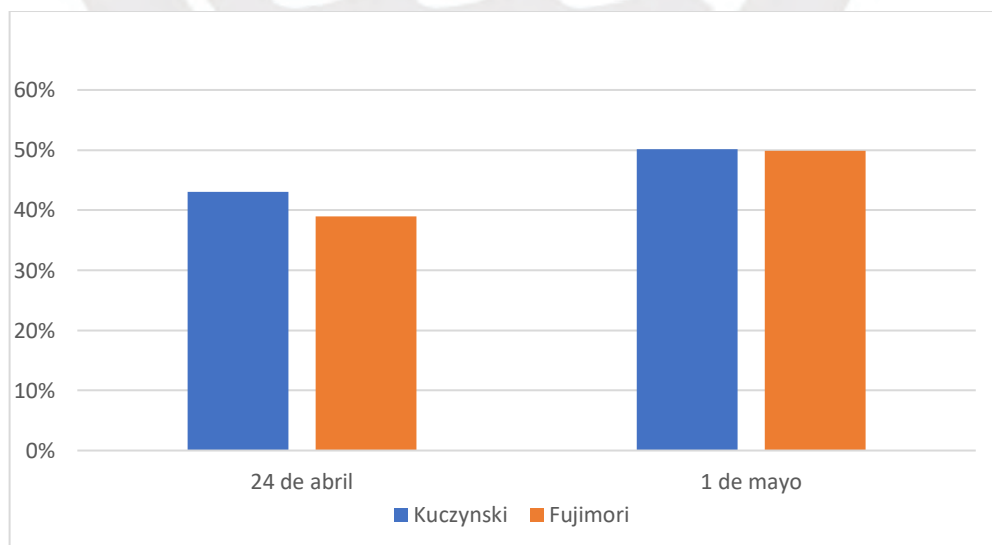
### 5.1. La coyuntura política de la elección presidencial de 2016

La segunda vuelta es entre dos candidaturas que en términos económicos se parecían mucho. La diferenciación tenía que ver con el eje fujimorismo-antifujimorismo. A Kuczynski le costó ponerse el traje de antifujimorista, solo lo logra en las últimas dos semanas (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

El 24 de abril, en la primera encuesta sobre la segunda vuelta, Kuczynski obtenía la mayor intención de votos, con un 43% sobre Fujimori, la cual tenía un 39% de votos emitidos, según Ipsos. Una semana después, en otra encuesta presentada por GFK el 1 de mayo, Keiko Fujimori se encontraba ligeramente por encima de Kuczynski, obteniendo ella 50,1%.

Figura 8

Preferencias electorales en la semana siguiente a la primera ronda de la elección presidencial 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de Ipsos, GFK.

A tres semanas de la segunda vuelta, Keiko Fujimori superaba a Kuczynski por tres puntos porcentuales, según un simulacro llevado a cabo por Ipsos. Keiko Fujimori obtuvo un 51,4% de votos válidos frente a un 48,6% de Kuczynski. Aun así se mantenían en un empate técnico.

Para Tuesta, la estrategia de Fuerza Popular hasta este entonces era más eficaz que la de Peruanos por el Cambio. Según los sondeos de opinión, los votantes de Barnechea y García optaban por preferir a Keiko Fujimori. Por otro lado, sectores de izquierda o anti sistema, como votantes de Verónica Mendoza y Gregorio Santos, optaban por Kuczynski. Sin embargo, según Meléndez, el voto no dependía solo del clivaje fujimorismo-antifujimorismo, sino más bien en departamentos de la sierra como Cajamarca, giraba en torno al eje pro-anti minería. Cajamarca era más bien anti sistema, y para los cajamarquinos no había un mal menor. Tanto Fuerza Popular como Peruanos por el Cambio representaban al mismo sistema y a la minería. En ese sentido, para esta región el distintivo estuvo en su propuesta ante la minería.

El 10 de mayo de 2016, Kuczynski incorporó a Avelino Guillén e Inés Tello a su equipo anticorrupción. Estos dos juristas fueron quienes acusaron a Alberto Fujimori y condenaron al Grupo Colina, respectivamente. Este movimiento podía ser visto como un claro sello antifujimorista de la campaña de Peruanos por el Cambio. Guillén comentó que votar por Keiko Fujimori significaba votar por Alberto Fujimori. La incorporación de estos juristas a su equipo marcaba no solo una línea de rechazo al pasado fujimorista, sino de igualar en el discurso a la nueva organización de Fuerza Popular con su pasado en los noventa. Sin embargo, los temas de Derechos Humanos ya no afectaban la candidatura de Fujimori. Lo que afectaba a Fujimori eran otros delitos como el del narcotráfico (E. Patriau, comunicación personal, 28 de setiembre, 2023).

Una semana antes del primer debate presidencial, Fuerza Popular tuvo tres polémicas importantes, las cuáles marcaron el curso de la elección. En primer lugar, las declaraciones de Hernando de Soto, miembro de equipo económico, con respecto al “sendero verde”. El economista mencionó que había “distintos tipos de terroristas”, entre ellos, algunos con los que había dialogado, “reformados que se habían convertido al ecologismo”. Estas declaraciones levantaron indignación por parte de Peruanos por el Cambio. El candidato Kuczynski sostuvo que era una ofensa proponer el diálogo con terroristas.

En Fuerza Popular, como control de daños, se comunicó que De Soto habló “a título personal”, de manera que no era una opinión con la que la candidata fujimorista coincidiera. Keiko Fujimori comentó que Kuczynski no tenía autoridad para hablar del terrorismo, ya que él escapó del país en esa época “porque tenía miedo”. Kuczynski respondió que él se fue porque tenía que trabajar y él “no dependía de su padre ni de la corrupción de sus tíos”. De esa manera, el candidato convirtió el comentario de su contrincante en un error, y aprovechó en su respuesta al clivaje antifujimorista y vincularla con su pasado. La confrontación entre ambos candidatos a esta etapa de la campaña era muy alta, tanto que el Tribunal de Honor del Pacto Ético Electoral expresó rechazo y preocupación por sus comentarios en esta semana.

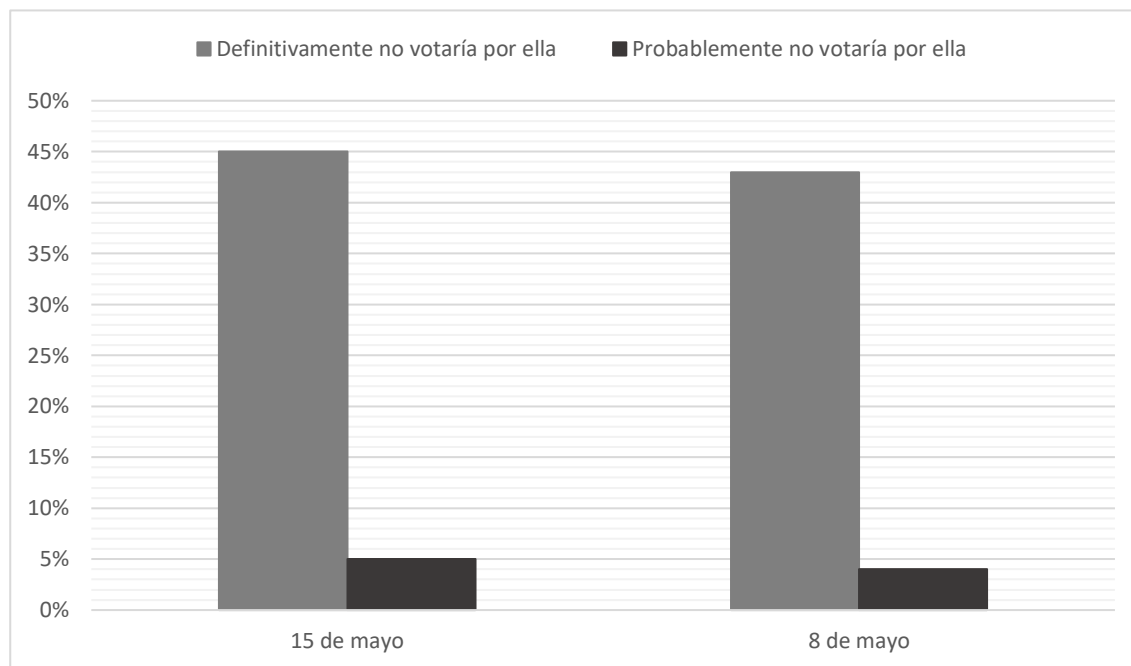
La mayoría de activistas antifujimoristas eran jóvenes universitarios. Para Torres, esto tendría sentido ya que los aspectos negativos del gobierno de Alberto Fujimori son muy rechazados y los jóvenes no tienen “tan fresco” el recuerdo de la crisis de finales de los ochenta e inicios de los noventa. El antivoto fujimorista, según Ipsos, para el 8 de mayo, era de 50% en el sur; de 48% en el centro; y de 47% en el oriente del país. Asimismo, el antivoto era mayor en el sector A y B, e iba disminuyendo según el NSE era más bajo.

El antifujimorismo y el sur votan igual. Pese a que se puede decir que hay fujimoristas muy moderados y gente en el sur muy radical. Justamente porque es un espacio muy anti y muy heterogéneo (E. Carlin, comunicación personal, 5 de octubre, 2023).

En el simulacro de votación del 15 de mayo de IPSOS, Keiko Fujimori se mostraba sobre Kuczynski por 0.3%, pero con una tendencia a la baja, mientras que Kuczynski tenía una tendencia al alza. Aun así, ambos candidatos se mantenían en el empate técnico. El antivoto fujimorista había ascendido hasta un 50% de actitud negativa, entre el 45% que decía definitivamente no votaría por ella y un 5% que decía que probablemente no votaría por ella. Eso significaba un 3% más que la encuesta de una semana atrás. Entre las razones de su antivoto, el 39% lo hacía por el legado de su padre. Kuczynski ascendió en todos los segmentos. A nivel nacional, en Lima, en el sur, centro y oriente. Solo en el norte igualó su porcentaje pasado. Keiko Fujimori ascendió en el norte y en el centro, pero disminuyó a nivel nacional, en Lima, el oriente y el sur. Esta semana fue más favorable a Peruanos por el Kambio.

Figura 9

Antivoto de Keiko Fujimori en la segunda vuelta de la elección presidencial 2016 en el mes de mayo



Fuente: Elaboración propia a partir de Ipsos.

PPK ya había caminado varias veces el sur en las regiones más pobres, había tenido reuniones casi de uno a uno hablando con comunidades. Recorrimos pueblo por pueblo en Cusco, Puno, Arequipa. Llegamos a lugares donde mucha gente no iba. Sentían la presencia de nosotros y los escuchábamos, no era solo dar un discurso (M. Aráoz, comunicación personal, 2 de octubre, 2023).

Según Ipsos, la población de indecisos se concentraba en los sectores populares, los cuales tendían a favorecer a Fujimori, pero también era un sector que votó por la izquierda en primera vuelta y desconfiaba del fujimorismo. Se tiene una paradoja, en la que estos electores de izquierda no contaban con incentivos para votar por Kuczynski debido a sus características neoliberales. Para obtener su voto, el discurso de Kuczynski tenía que mostrar un sólido perfil antifujimorista, pero debido a sus características programáticas neoliberales, no era suficiente. Necesitaba de un contexto en el que votar por él sea irremediable para este sector indeciso que desconfía de Fujimori.

Influyeron los escándalos, en términos programáticos, Kuczynski se acercó más a temas de necesidades concretas en el sur en temas de reparaciones, temas del agua. Pero el tema decisivo es el antifujimorismo (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

En el mismo día de la publicación de esta encuesta, se reveló la segunda polémica de Fuerza Popular a dos semanas del debate. En un reportaje de Cuarto Poder en

colaboración con Univisión, se reveló que, presuntamente, el secretario general de Fuerza Popular, Joaquín Ramírez estaba siendo investigado por la DEA. En este reportaje un supuesto colaborador de la DEA decía haber grabado a Ramírez confesando que recibió 15 millones de dólares de parte de Keiko Fujimori para que los lave. Al día siguiente Joaquín Ramírez rechazó esta afirmación y señaló un propósito político en este reportaje. Keiko Fujimori acusó de una guerra sucia y Fuerza Popular decidió no separar a Ramírez del partido. La DEA emitió un comunicado especial para señalar que Keiko Fujimori no estaba siendo ni fue investigada.

A pesar de ello, con el pasar de los días la candidata fue puesta en cuestión por la prensa y ciudadanía, debido a que Ramírez contaba con diversas investigaciones en el ministerio público, y en el pasado ya se le había preguntado por ello; sin embargo, ella lo había respaldado en todo momento. Por su parte, Kuczynski negó estar detrás de la denuncia periodística contra Ramírez. Se puede decir que el control esta polémica de parte de Fuerza Popular tuvo errores, con los cuales comenzaron a ser cuestionados y vulnerables a vinculaciones con el pasado de corrupción.

Más que el escándalo fue la llamada de Keiko, que no tuvo un control de sus emociones y se mostró en un tono autoritario que ella había tratado de eliminar por completo. Se vio una persona nerviosa que perdió la calma (E. Carlín, comunicación personal, 5 de octubre, 2023)

El 18 de mayo, tres días después del reportaje, Joaquín Ramírez fue separado de Fuerza Popular, con una licencia temporal mientras duraran las investigaciones. Fue Ramírez quién pidió licencia para no dañar políticamente a Keiko Fujimori. Sin embargo, no fue suspendido ni expulsado por el partido. Kuczynski por su parte, comentó que tal medida no era suficiente, que “en política uno renuncia o se queda”.

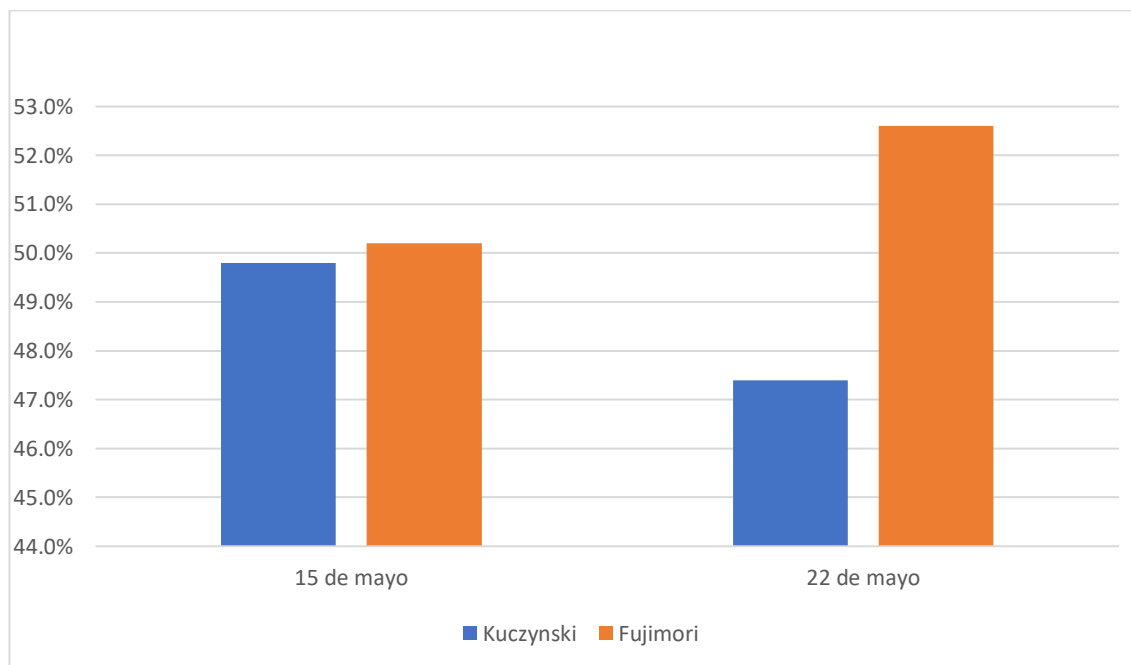
Para Romeo Grompone, había dos puntos débiles en Fujimori que Kuczynski tenía que haber aprovechado: el eje democracia-autoritarismo y el tema de la corrupción. Para el investigador, Kuczynski tenía que buscar otra estrategia de comunicación y tener éxito en los debates. Una encuesta de Ipsos realizada en el mes de febrero, preguntó a los encuestados qué los haría dejar de votar por el candidato de su preferencia. El 50% de los encuestados respondió la opción “que tenga vínculos con el narcotráfico”, la cual se asoció al lavado de activos.

Luego del primer debate, y a menos de dos semanas para la segunda vuelta, Fujimori se encontraba a 5,2% de ventaja frente a Kuczynski. Un 4,8% más frente a

una encuesta realizada cinco días antes. Esto significaba un gran incremento en la candidatura fujimorista. El antivoto de Fujimori era de 42%, mientras que el de Kuczynski de 38%.

Figura 10

Preferencias electorales en la semana siguiente al primer debate presidencial de la segunda vuelta 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de Ipsos.

La mayoría de la intención de voto de Kuczynski se encontraba en los sectores A y B. Por tal razón, Fujimori comenzó a catalogar a Kuczynski de “elitista”, e indicaba que el candidato gobernaría para la grandes corporaciones. La candidata por su parte, tenía mayor intención de voto en los sectores D y E, a los cuales iba a dirigido su discurso.

Esta subida de Fujimori en las encuestas a pesar de los escándalos, podría demostrar que la denuncia contra Ramírez no golpeó su candidatura, sino que la benefició. Esto probablemente a que la denuncia no tenía la suficiente contundencia. Este sondeo no resultó preocupante en la campaña de Peruanos por el Kambio. Según Carlos Bruce, había un voto escondido de la izquierda, el cual manifestaba votar nulo pero que, al ver que Fujimori representaba al autoritarismo y la corrupción, decidirían votar por Peruanos por el Kambio.

Para Santiago Pedraglio, el efecto que tuvo la denuncia contra Joaquín Ramírez en la intención de voto a la candidata Fujimori, fue favorecerla. Según el sociólogo, el reportaje victimizó a la lideresa de Fuerza Popular, y fue captado por un sector de la población como hecho con la intención de perjudicarla, y generó la percepción de que los medios están en su contra. Para el sociólogo, esta subida en las encuestas fue por un tema mediático, y por un error o acierto de los candidatos. Para él, el viaje al sur del país de Fujimori no tuvo un efecto en su subida en las intenciones de voto.

Para José Carlos Requena, la gira de Fujimori por el sur sí tuvo efecto en su aumento en las preferencias, dándole una perspectiva de “estar en todos lados”, mientras que a Kuczynski solo se le veía en espacios “mediáticos y tecnocráticos”. Para Requena, era probable que el antivoto fujimorista haya llegado a su límite, pues ya se había dicho todo sobre Fujimori. Indicó que, lo único que podría generar alertas era el presente fujimorista, no su pasado.

David Rivera señaló que la denuncia contra Joaquín Ramírez no tuvo éxito debido a que Kuczynski no supo canalizarlo en su discurso para advertir de tal peligro. Para el economista, Kuczynski había tenido hasta el momento una actitud pasiva en una “semicampaña”, en la que había estado poco presente. Rivera indica que estas semanas de campaña se disputaría en ejes como fujimorismo y antifujimorismo, Lima vs provincias; sin embargo, Kuczynski no había tenido éxito en abanderar alguno de estos clivajes sociales. Para Rivera lo necesario para revertir tal diferencia porcentual a menos de dos semanas para la elección era una nueva estrategia.

Kuczynski continuó vinculando a Keiko Fujimori con su legado político familiar. En primer lugar, trajo a colación su estadía en el congreso, en el cual se ausentó 500 días. Además, la acusó de utilizar “una ametralladora montesinistas” para atacarlo “disparando mentiras”, en relación con el vínculo de Kuczynski con el dirigente cocalero Nelson Palomino. De esa manera no solo la vincula con la corrupción y el engaño, sino con la violencia.

El candidato además cuestionó que la candidata mantuviera a Joaquín Ramírez como secretario general de su partido, al estar presuntamente involucrado en una investigación de la DEA. El candidato además criticó que en el debate presidencial, la candidata de Fuerza Popular haya mostrado una actitud confrontacional en lugar de

mostrar sus propuestas. Vinculó este estilo al pasado y menciono que le recordaba a la retórica de Montesinos.

El 24 de mayo, la ex candidata del Frente Amplio, Verónica Mendoza, llamó a no viciar el voto para evitar un eventual gobierno de Keiko Fujimori. Luego del debate presidencial, Mendoza cuestionó las propuestas de seguridad de la candidata Fujimori, al señalar sus vínculos con el narcotráfico. Esta posición fue respaldada por Marisa Glave e Indira Huilca, congresistas electas por el Frente Amplio. Glave vinculó a Fujimori con “el retorno de la mafia y la posibilidad de volver a un narcoestado”. A pesar de esta posición, Mendoza ni sus correligionarias eran explícitas en decir que se votara por Peruanos por el Cambio. Mendoza señaló que no avalaría a Kuczynski, y descartó posibilidad alguna de aparecer junto a él en un mitin presidencial. Este candidato representaba a las clases altas y un modelo neoliberal, al cual se oponía.

Kuczynski comentó que probablemente antes del 5 de junio, día de la elección, la candidata del Frente Amplio se convenció de endosarlo. Por otro lado, Julio Guzmán, ex candidato que había endosado a Kuczynski de manera explícita, le pidió a Mendoza que defina su posición de manera clara. Por su parte, Guzmán señaló que si bien apoyaría a Kuczynski, no buscaba formar parte de su gobierno, que su objetivo era defender la democracia. Comentó que estaba en desacuerdo con muchos de los planteamientos de Kuczynski.

Con respecto a las perspectivas de una posición pasiva en su discurso electoral, Kuczynski comentó que el sí atacaba en su alma “porque ahí era donde podía ver quien era un ratero”. Kuczynski siguió un perfil más agresivo, comentó con respecto a Keiko Fujimori que “lo más probable es que hijo de ratero es ratero también, de tal palo tal astilla”. Además, en sus declaraciones, señaló que él seguía el ejemplo que le enseñaron sus padres. Más adelante, Kuczynski se disculparía con la candidata de Fuerza Popular por el comentario; sin embargo, se ratificó en lo del “tal palo, tal astilla”, según él, porque se sintió insultado en el debate. El candidato manifestó que si él era insultado, respondería de la misma manera. Carlos Bruce comentó al respecto que, eran los fujimoristas quienes se sentían aludidos cuando se mencionaban a “rateros”, y que no era responsabilidad de Kuczynski. De esa forma, existía una vinculación implícita en el discurso de Kuczynski, entre los términos “fujimorismo” y “rateros”.

Sus candidato a vicepresidente, Martín Vizcarra, también vinculó a Fujimori con el pasado de los noventa. El candidato la vinculó con estrategias montesinistas debido a las acusaciones que había sido objeto por parte de Fujimori en el primer debate presidencial. Comentó que esas mismas estrategias las utilizaba Vladimiro Montesinos contra políticos como Alberto Andrade y Valentín Paniagua. En esa analogía, Vizcarra no solo comparaba a Keiko Fujimori con su padre y Montesinos, sino que se ponía a él mismo y a Kuczynski en el lugar de políticos como Andrade, cuya imagen fue dañada por el gobierno autoritario de Alberto Fujimori; y Paniagua, el cual representaba el fin del Fujimorato y una victoria de la democracia sobre el autoritarismo.

Mercedes Aráoz, segunda vicepresidente de Kuczynski, también manifestó que “lamentable que Keiko replique las prácticas del pasado”. Aráoz, al igual que Vizcarra y Kuczynski, criticó el performance de Fujimori en el debate, al acusar de mentiras y difamaciones. La ex ministra comentó que le recordó a Alberto Fujimori en su debate en 1990 contra Mario Vargas Llosa. La candidata señaló que, no era el objetivo de Kuczynski atacar en el debate. Sobre el comentario de Kuczynski, señaló que no creía que “hijo de ratero, era ratero”; sin embargo, cuestionó que Fujimori aun contara alrededor suyo con políticos de los años noventa. Además, comentó que el cambio de estilo de Kuczynski no se debió a su caída en las encuestas, no era algo que les preocupara, sino “las faltas de respeto de Keiko Fujimori”. A pesar de ello, señaló que en el debate mostraría propuestas y no harían un espectáculo.

Kuczynski mantuvo un perfil agresivo con miras al debate. Dos días antes, comentó en un mitin en Huaycán que “un gobierno de fuerza y de ametralladores no llevaría al Perú al desarrollo y a la modernidad”, aludiendo a Fuerza Popular y vinculándolo al autoritarismo. Además, comentó que “no dejaría herederos en el poder”, nuevamente haciendo referencia a Fujimori. Luego, afirmó no tener dudas de que Alberto Fujimori estaba detrás de la campaña de su hija Keiko.

El viernes 27 de mayo, una encuesta de CPI mostró a Fujimori siete puntos por delante de Kuczynski. El candidato le restó importancia a este dato, y criticó la veracidad de la empresa. Según la encuesta, Kuczynski (49%) contaba con mayor antivoto que Fujimori (43,2%). Esto fue criticado por Carlos Bruce, debido a que, para él, Kuczynski no había tenido ningún cuestionamiento político pasado, a diferencia de

Fujimori. Otra encuesta de GFK, presentada el mismo día, posicionó a Fujimori en primer lugar con un 52,2% frente a un 47,8% de Kuczynski.

Según Arturo Maldonado, la holgada ventaja que sacó Fujimori a días de la elección se debió a errores de Kuczynski. Entre ellos, mencionó que el candidato no respondió con firmeza los ataques de Fujimori, frases fuera de lugar y su viaje a Estados Unidos, lo cual le dio margen a Fujimori para atacarlo por ese lado. Otro factor que identificó, fue el temor a la mayoría fujimorista en el congreso, el cual no lo dejaría gobernar.

Días antes, el 22 de mayo, un programa televisivo difundió un audio en el que, el piloto Jesús Vásquez, el cual había realizado la denuncia pública contra Joaquín Ramírez, supuestamente admitía que tal denuncia era falsa. Sin embargo, cinco días después, el día 27 de mayo, se reveló una versión extendida de la grabación, lo cual demostró que el audio fue manipulado para omitir la información completa. La periodista Mayra Albán, del programa “Las cosas como son”, el cual difundió el audio editado, reveló que el 21 de mayo, su productor David Barturen le entregó dos memorias USB. En estos dispositivos se encontraba el audio editado y el audio completo. Este audio fue enviado un día anterior, por Jaime Verástegui, ex candidato al Congreso por Fuerza Popular a José Chlimper. Más adelante, el audio fue analizado por un perito el cual confirmó que el audio fue manipulado.

Kuczynski criticó este suceso en un mitin en Cuzco, y señaló haber recibido amenazas de violencia por parte de simpatizantes de Fuerza Popular. Sobre el tema de los audios, indicó que eso era asunto de la fiscalía. Por otro lado continuó sus ataques hacia el equipo de Fujimori, y comentó que Hernando de Soto era “un asesor de dictadores”. Además, respondió al presidente del Tribunal de Honor, Walter Gutiérrez, con respecto a que no estaría respetando el Pacto Ético Electoral, e indicó que si era provocado, él respondería. Por último, declaró que había dos visiones del Perú, una democrático y dialogante, representada por él; y otra con el mismo mensaje “desde que Fujimori renunció por fax desde Japón”.

Sobre esto, Nadine Heredia, entonces primera dama de la nación, comentó que habían “vuelto las prácticas montesinistas: mentir, insultar, difamar, adulterar conversaciones”. Juan Sheput, congresista electo de Peruanos por el Cambio, cuestionó este actuar ante el JNE y el Pacto Ético sobre el “comportamiento

delincuencial de fujimoristas manipulando videos”. El congresista, había sindicado esa misma semana que, desde el fujimorismo se enviaban mujeres semidesnudas para apoyar a Kuczynski, y así tergiversar la imagen del partido.

El domingo 29 de mayo, dos días después de la revelación de la manipulación del audio, sería el segundo debate presidencial. Ese mismo día se presentaría el último simulacro de votación de Ipsos, en el cual Fujimori (53,1%) tenía 6,2% puntos de ventaja sobre Kuczynski (46,9%). A una semana de la elección, el 79% de encuestados decía tener su voto decidido. Cabe decir, que esta encuesta se llevó a cabo el mismo día de la revelación de la manipulación de los audios, por lo cual los encuestados podrían haber comentado su intención de voto horas antes de la revelación o simplemente desconociendo el hecho a la inmediatez.

Lo que salió de Joaquín Ramírez no le afectó a Fuerza Popular al principio, sino lo de Chlimper de manosear los audios cambió toda la mirada de la gente de que no habían cambiado. Nunca entendí porque Chlimper hizo eso. Ahí cambió el rumbo, entre el discurso y eso fueron claves (M. Aráoz, comunicación personal, 2 de octubre, 2023).

En cuanto al antivoto, Kuczynski tenía un 40% que definitivamente no votaría por él, y un 8% que probablemente no votaría por él. Por otro lado, Fujimori tenía un 43% que definitivamente no votaría por ella, y un 4% que probablemente no votaría por ella. En ese sentido, el techo del antivoto de Kuczynski, a una semana de la elección, era ligeramente más alto que el de Fujimori.

Según Ipsos, las principales razones para el rechazo Kuczynski eran su edad (30%), sus propuestas (20%), su relación con las grandes empresas (19%), y la percepción de que no era peruano (17%). Por el lado de Fujimori, las principales razones para su rechazo eran el gobierno de su padre (37%), incapacidad para ser presidente (23%), sus propuestas (16%), la denuncia de Joaquín Ramírez y vínculos con el narcotráfico (10%).

Sobre el primer debate presidencial, se preguntó a los encuestados si vieron el debate. Un 22% comentó haberlo visto completo, un 15% haber visto gran parte, 25% una pequeña parte, y un 38% dijo no haber visto ni escuchado. Sobre quién ganó el debate, un 44% eligió a Fujimori. Un 37% dijo que la candidata tuvo las mejores propuestas, y un 41% la consideró la que más atacó a su oponente.

En el primer debate, PPK creyó que hablando frente al público sin una estrategia iba a ser fácil porque él ya tenía la habilidad de hablar frente al público. Pero no se imaginó

lo que sería un debate frente a una persona que venía preparada con todas las armas y las mentiras que tenía la señora Fujimori a la mano. Ella fue muy agresiva, y él no estaba preparado. Y además, como él es un hombre a la antigua, no iba a atacar a una mujer, era algo que no le gustaba. Había cometido errores en campaña con respecto a las cosas que dijo sobre ella o Verónica, pero siempre estaba preocupado en no golpear al otro, tiene esa sensación de que no es lo correcto (M. Aráoz, comunicación personal, 2 de octubre, 2023).

En cuanto a Kuczynski, solo un 20% lo escogió como el que ganó el debate, incluso la opción “no sé”, con respecto al ganador del debate, obtuvo mayor porcentaje. En cuanto a quién expuso las mejores propuestas, solo obtuvo 2% más que la opción “no sé”. Se puede decir que, en general, su desempeño en el debate no tuvo un mayor impacto en los televidentes para persuadirlos a que votaran por él. Esto debido a que no pudo alcanzar ni el 30% de preferencias, con respecto a su contrincante, en preguntas relacionadas a propuestas y agresividad, lo cual lo puede haber sido visto como un candidato pasivo, sin capacidad de respuesta y un programa de gobierno inferior al de su contrincante, al menos en cuanto a discursiva.

A pesar de ello, según los encuestados, al ser preguntados por la actitud de Kuczynski en el debate, sin respecto a Keiko Fujimori, un 32% mencionó que fue muy agresivo, un 24% dijo que adecuado, y un 23% muy pasivo. Aun así, Fujimori fue vista como más agresiva (38%), sin respecto a su contrincante. Un 24% la vio con una actitud adecuada y un 17% como muy pasiva.

Cuando fueron preguntados con respecto a cuál candidato combatiría mejor el narcotráfico, Keiko Fujimori obtuvo un mayor porcentaje de preferencia con un 41% comparado a un 39% de Kuczynski. Con respecto al respeto a la libertad de prensa, un 42% dijo que Kuczynski lo haría mejor con respecto a un 35% de Fujimori. Kuczynski obtuvo la delantera en temas con respecto a la atracción de inversión, y mejora de la economía; mientras que Fujimori hizo lo propio en el tema de educación.

En cuanto a la denuncia pública contra Joaquín Ramírez y el financiamiento de la campaña de Fujimori con dinero del narcotráfico; un 21% manifestó que era muy creíble; un 23%, algo creíble; un 21%, poco creíble; y, un 24%, nada creíble. En cuanto a las afirmaciones de que Keiko Fujimori no defendió a su madre, Susana Higuchi, cuando está acusó que fue torturada por órdenes de su esposo, Alberto Fujimori; un 29% dijo que era muy creíble; un 19%, algo creíble; un 21%, poco creíble; un 21% nada creíble. Por último, ante la idea de que con Keiko Fujimori en el poder, se

incrementaría la corrupción; un 22% dijo que era muy creíble; un 19%, algo creíble; un 22%, poco creíble; y, un 28%, nada creíble. A partir de estos datos, se puede apreciar que las opiniones más divididas se encuentran en el tema de la denuncia a Joaquín Ramírez. Mientras que la idea de que Keiko Fujimori no ayudó a su madre tiende a ser más creíble para los encuestados; y, la idea de que en un gobierno suyo aumentaría la corrupción, tiende a ser menos creíble.

Para Juan Sheput, coordinador de la campaña de Peruanos por el Cambio, los resultados de la encuesta se debían a que un sector del electorado los había dejado para ir al rubro de indecisos. Señaló que tal se debía a errores comunicacionales en la transmisión de propuestas o por algún tipo de expectativas relacionadas al debate presidencial. Según él, Kuczynski no tenía que ser más antifujimorista o más agresivo, sino más él mismo y resaltar sus cualidades personales. Señaló que usualmente un buen comunicador no es necesariamente un buen gobernante. Comentó que se enfrentaban a una amenaza autoritaria, que “lo peor que podría pasar es que el Legislativo y el Ejecutivo terminen en las mismas manos”. Asimismo, comparó esa eventualidad con la mayoría hegemónica que tuvo el congreso en los noventa.

Era muy delicado el tema de No a Keiko; sin embargo, nos alineamos en varias cosas porque no queríamos el poder absoluto en un solo grupo. Ellos vieron en nosotros una oportunidad en nosotros para que no se diera. Los líderes de esos grupos entendían que íbamos a ser un grupo de centro derecha, no de izquierda. Muchos de esos jóvenes son de izquierda y nosotros íbamos a mantener nuestra línea programática. Éramos abiertos a escuchar reclamos justos, como el de mujeres esterilizadas (M. Aráoz, comunicación personal, 2 de octubre, 2023).

Según el Instituto de Opinión Pública de la PUCP, en 2011 el antifujimorismo llegaba al 36,56%, para 2016, el porcentaje disminuyó hasta 31,11%. En 2011, el 27,26% de los encuestados se identificaba como simpatizantes, de los cuales 9,55% eran fujimoristas duros. Para 2016, el porcentaje de simpatizantes se redujo a 21,24% de los cuales 8,66% eran fujimoristas duros. Como se puede observar, tanto el carácter anti, como el de simpatizante en el fujimorismo disminuyó.

Para Meléndez, hubo un tiempo en el cual los partidos políticos “conquistaban mentes y corazones en el Perú”. Pero en la actualidad, antes que ello, generan rechazos profundos y cargados de intolerancia y miedo, lo que ha hecho que se vea a la política desde su cara negativa. En la actualidad, la política peruana se basa en el voto por descarte, por el “mal menor”.

Las identidades políticas antis, parten de un espacio emotivo, que termina generando una suerte de ira/repulsión tan grande que bloquea cualquier elemento racional que pretenda construir contra ese sentimiento. Hay una suerte de impermeabilización del votante antifujimorista ante cualquier elemento racional (E. Carlín, comunicación personal, 5 de octubre, 2023).

Para 2016, Meléndez señaló que el antifujimorismo duro representaba un tercio del electorado nacional. Es demócrata y de izquierda; y es muy bajo entre las clases bajas y entre las mujeres. El antifujimorismo no solo se centraba en el rechazo a la familia Fujimori y su llegada al poder, sino en dos ejes: el ideológico y el democrático. Para atraer al antifujimorismo es necesario tener un discurso de izquierda y democrático. Para el autor, en ello se centra las dificultades de Kuczynski, a quien no le es suficiente la división entre democracia y dictadura. Sin embargo, si bien Kuczynski no fue un sólido representante del antifujimorismo, y el capital político nunca fue suyo, el antifujimorismo se plegó a él porque no tuvo otra opción en la segunda vuelta (E. Carlín, comunicación personal, 5 de octubre, 2023).

En contraposición a esta mirada, Patriau señala que el anti fujimorismo no es de izquierda o centro izquierda, sino una amalgama de distintos sectores. El antifujimorismo es disperso, hay gente de todas las tendencias que les movilizaba ir contra el fujimorismo. Keiko Fujimori era su factor movilizador.

La capacidad del antifujimorismo de mantenerse en el tiempo tiene que ver con que no hay una sola ideología unívoca generalizada. Ha habido por muchos años antifujimoristas que han sido liberales de derecha como Pedro Cateriano o Mario Vargas Llosa. En esta vastedad ideológica, el motivo por el cual esta identidad anti se sostiene en el tiempo reposa en que es un movimiento de un tópico, el cual responde a una cosa: Keiko No (E. Carlín, comunicación personal, 5 de octubre, 2023).

Meléndez además distingue de varios tipos de antifujimorismo. Uno institucionalista, para el cual el fujimorismo representa una régimen corrupto y dictatorial, violador de derechos humanos. Otro ronderil, para el cual el fujimorismo significa la legitimación del establishment minero local, el cual está ligado al crecimiento macroeconómico y ha agudizado la desigualdad. Otro, ideologizado, para el cual el fujimorismo es sinónimo de neoliberalismo. Otro provinciano, para quien el fujimorismo es sinónimo de centralismo limeño. Para el autor, Kuczynski entraría en una categoría fujimorista por la defensa del establishment.

Un punto en común entre la visión de Meléndez y Carlín es en su visión institucionalista del antifujimorismo. Para Carlín, “hay un nivel de institucionalidad

mínimo sobre el que reposa el antifujimorismo, el cual es el espacio de los Derechos Humanos. Un rol trascendental lo jugó en el 2011 y 2016 la Coordinadora Nacional de Derechos Humanos. Este fue un espacio de confluencia de todos los colectivos, agrupaciones, artistas, individuos y voluntades en general que quisieron sumarse a la causa de tratar de aportar desde la sociedad civil a que el fujimorismo no gane las elecciones”.

La primera dama, Nadine Heredia, llamó a votar contra Keiko Fujimori, aunque no llamó a votar a Peruanos por el Cambio de manera explícita, tal como hizo Verónica Mendoza. Daniel Urresti también sumó su apoyo a la candidatura de Kuczynski, y manifestó que el candidato lo había llamado por teléfono y le había encomendado recoger propuestas de seguridad en el norte del país; sin embargo, esto fue negado por Gino Costa.

El 30 de mayo Mendoza llamó a votar de manera explícita por Kuczynski, justificó su decisión al manifestar que en las últimas semanas se habían hecho más evidentes vínculos con el narcotráfico y prácticas montesinistas. Además, comentó que se uniría a la manifestación masiva contra Fujimori. Kuczynski saludó su decisión y dijo que la acompañaría en la manifestación. Fujimori criticó el actuar de Mendoza diciendo que la ex candidata apoyaba a quien antes criticó y que no era consistente con sus convicciones. Asimismo, señaló el hecho de que Kuczynski la respaldó durante la segunda vuelta de la elección de 2011 y ahora se sumaba a marchas en su contra.

El mensaje en quechua de Verónica Mendoza fue un mensaje muy importante. Fue difundido de manera muy estratégica en radios rurales a nivel nacional. Creo que fue una pieza de comunicación vital. Sí creo que fue un mensaje muy importante (E. Carlin, comunicación personal, 5 de octubre, 2023).

El día de la marcha “Keiko no va”, participaron estudiantes, trabajadores y jubilados, así gremios sindicales y partidos políticos. Por parte del Frente Amplio se encontraban la ex candidata Verónica Mendoza, junto con el congresista Manuel Dammert y Marisa Glave. En la marcha también participaron los congresistas Rosa Mavila y Sergio Tejada. Por parte de Acción Popular, Mesías Guevara lideró a un grupo de militantes de su partido. Entre otros ex candidatos participaron Julio Guzmán y Fernando Olivera. En la marcha no se dieron proclamas que llamaran a votar a Kuczynski, a pesar de que la convocatoria iba dirigida a ello. Incluso, hubo un pequeño

grupo de manifestantes que protestó contra Keiko Fujimori y Pedro Pablo Kuczynski, y llamaba a votar en blanco. Diversas manifestaciones también se dieron en el interior del país, en departamentos como Arequipa, Iquitos, Cuzco y Chiclayo.

El elemento tecnológico y de comunicaciones es algo a tener en cuenta en el análisis de cómo se organizan movimientos en momentos electorales con pocos recursos y poca organización pero con instrumentos de comunicación que antes no existían (E. Carlin, comunicación personal, 5 de octubre, 2023).

Finalmente Kuczynski no acudió a la marcha, en sus palabras, porque sería “antidemocrático” protestar contra su rival. Aun así, la apoyó y dijo defender el derecho de los manifestantes a su libertad de expresión. Además, el candidato agradeció el apoyo de Lourdes Flores, lideresa del PPC. Flores manifestó que Kuczynski representaba “el espacio democrático” frente a Fujimori. Kuczynski dejó en claro que su partido no estaba haciendo alianzas con ningún partido, sino “buscando apoyo para que el Perú sea democrático y dialogante”.

En su mitin final, Kuczynski comenzó a aumentar su nivel de agresividad en el discurso. Comentó que “el narcoestado nos matará a todos”. Señaló también que él no permitiría que el Perú “se transforme en un campo de batalla por la drogas”. Asimismo, siguió retrayendo elementos del pasado fujimorista, al decir que, de llegar al poder “no iba a preguntar dónde estaba la llave del baño, o del fax”. Juan Sheput continuó vinculando al fujimorismo con la corrupción y el narcotráfico trayendo aocolación su relación con Fernando Zevallos. Mientras tanto, Keiko tuvo un discurso en el que dijo “trabajar por la unidad y reconciliación de todos”, además enfatizó en que su propuesta representaba el cambio, y que con ella la democracia no estaba en riesgo.

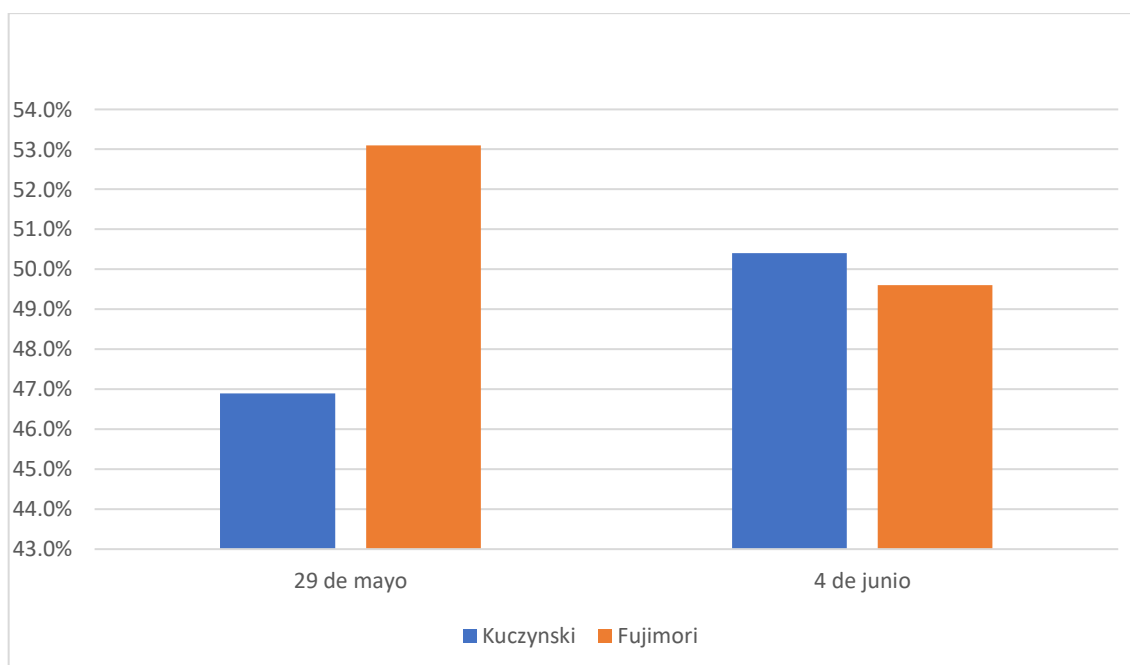
En cuanto a las propuestas de seguridad que proponía Fuerza Popular, Peruanos por el Cambio señaló que eran “bastante populistas”. Entre estas propuestas se encontraban construir cárceles a más de cuatro mil metros de altura o sacar a las Fuerzas Armadas a las calles. Kuczynski señaló estas propuestas como “experimentos dictatoriales”.

Para el 2 de junio, la ventaja de Fujimori había disminuido a 50,3% frente a un 49,7%, según GFK. Esta encuesta se realizó días después de la revelación de la manipulación de los audios por parte de José Chlimper, así como del segundo debate presidencial y de la marcha “Keiko no va”. Para el 4 de junio, un día antes de la

elección, la encuesta de GFK le daba a Kuczynski un 51,1% frente a un 48,9% de Keiko Fujimori. La encuesta de Ipsos mostró un resultado similar, pero con menor diferencia. Le dio un 50,4% a Kuczynski, mientras que a Fujimori un 49,6%. Los sucesos de la última semana previa a la elección, generaron un gran cambio en las preferencias.

Figura 11

Preferencias electorales en la semana siguiente al segundo debate presidencial de la segunda vuelta 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de Ipsos.

En los últimos días de campaña, Kuczynski continuó con la búsqueda de aliados. El candidato acordó un compromiso con representantes de comunidades nativas y campesinas, entre ellos Alberto Pizango, señalado como instigador del Baguazo. En tal reunión participó Mercedes Aráoz. Kuczynski declaró que buscaba paz, armonía y diálogo. Pizango comentó que los pueblos indígenas “veían viables las propuestas de Kuczynski”.

Se puede decir que los elementos discursivos de Kuczynski, tocaron su límite en la veintena de mayo, debido a no ser acompañados de hechos en el presente. Esto en el contexto de la falta de contundencia de la denuncia contra Ramírez, y en el comunicado de la DEA, el cual indicó que Fujimori no estaba siendo investigada. El discurso de Kuczynski necesitaba de un hecho para fortalecerse y aumentar el

antivoto. El escándalo de Chlimper, en el cual se prueba la manipulación de un audio, significó la confirmación en la realidad que necesitaba la retórica antifujimorista que retraía las tácticas montesinistas del pasado.

Para Tuesta, hubo dos factores clave para el incremento de votos de Kuczynski. Primero, la marcha del 31 de mayo, “Keiko no va”, la cual consideró un éxito. Segundo, la decisión de Verónica Mendoza de apoyar a Kuczynski. Según Tuesta, esto le dio a Kuczynski argumentos para desarrollar un discurso antifujimorista claro, el cual se mostró en el segundo debate presidencial. Entre esos factores mencionados, se puede clasificar al contingente antifujimorista como el clivaje social, y al apoyo manifiesto de Mendoza y otros actores políticos relevantes en las alianzas políticas necesarias por Kuczynski para revertir la elección. La discursiva necesita hechos de los cual sostenerse, esos hechos los proporciona la coyuntura, y errores del rival que prueban como correcto los decires de su contrincante. En este caso, los errores de Fujimori y su equipo de campaña en el manejo de los escándalos de los cuales fueron parte, fueron parte de la victoria de Kuczynski.

## 5.2. Alianzas de Pedro Pablo Kuczynski con otras fuerzas políticas

Múltiples actores relevantes de la política peruana expresaron su apoyo por la candidatura de Kuczynski. Mario Vargas Llosa, ex candidato a la presidencia del Perú en 1990, comentó que “sería un desastre para el Perú que Keiko Fujimori gane la presidencia. Su triunfo sería revindicar la dictadura de Alberto Fujimori, sería como legitimarla y eso podía causar una peligrosa desviación política, inestabilidad económica y social del país”. En sí, Vargas Llosa había apoyado a Kuczynski desde la primera vuelta, por tanto su apoyo al candidato en la segunda vuelta era consecuente. Aun así, expresó su opinión sobre la necesidad de que distintas figuras políticas del país se sumen y apoyen a Kuczynski en lo que él consideraba, una situación crítica de la democracia peruana.

Para Vargas Llosa, Keiko Fujimori no tenía distintivo del pasado dictatorial de su padre. El novelista la catalogó como sumisa de las ideas de su padre, y que elegirla era una “justificación a posterior de la dictadura de su Fujimori, que ha sido de las más corruptas y crueles de la historia del Perú”. El autor tuvo comentarios contra los electores de Fujimori llamándolos “absolutamente ciegos” y que “no les importaba la corrupción”. Asimismo, declaró que no le sorprendía la denuncia contra Joaquín

Ramírez ni la participación de Hernando de Soto como su asesor, debido que había avalado el golpe de 1992. El comentario de Vargas Llosa, una influyente figura política, se alineaba con el discurso antifujimorista de Kuczynski. El nobel de literatura, llenó de elogios a Kuczynski, al resaltar su lucidez física e intelectual y comentar que tenía probadas credenciales democráticas.

En cuanto a los aliados políticos de Kuczynski en segunda vuelta, el 53% de los encuestados manifestó el 8 de mayo que les parecía una mala idea que Kuczynski se acercara a César Acuña. Entre ellos, el 49% dijo que la mala imagen de Acuña perjudicaba a Kuczynski, y un 41% mencionó que solo era un arreglo por conveniencia. Sobre el acercamiento de Kuczynski con Mario Vargas Llosa, el 55% manifestó que era una buena idea, y un 37% dijo que era mala idea.

De los dieciséis ex candidatos, nueve manifestaron su apoyo a Peruanos por el Cambio, entre ellos estuvieron: Alejandro Toledo, el cual propuso a su militancia apoyar a Kuczynski por su “propuesta democrática”; César Acuña, señaló coincidencias en los planes de gobierno de ambos; Fernando Olivera, señaló como su razón el rechazo al fujimorismo; Daniel Urresti, quién dijo que el plan de gobierno de Kuczynski era el mejor; Renzo Reggiardo, quién resaltó la apertura de Kuczynski de gobernar con distintas fuerzas políticas; Yehude Simon, quien señaló que pese a diferencias en lo económico, Kuczynski era más democrático; y, Hernando Guerra García, el cual comentó que con Kuczynski la democracia estaría protegida y se haría frente a la corrupción.

Solo un ex candidato hizo público su apoyo a Fujimori, el cual fue Francisco Diez Canseco, quien resaltó su honestidad. Por otro lado, Gregorio Santos llamó a votar viciado; Alfredo Barnechea y Vladimir Cerrón comentaron que no votarían por ninguna de las dos opciones. Alan García, Miguel Hilario y Ántero Flores-Aráoz no se pronunciaron sobre ninguna posición.

Según Mercedes Aráoz, candidata a vicepresidente por Peruanos por el Cambio, el espacio en el que se invirtió más recursos humanos, capacitación y búsqueda de aliados fue en personeros. “Fue clave porque tuvimos todas las mesas cubiertas en todo el Perú, y con mucha ayuda de aliados diversos que querían ayudar a PPK frente a la campaña de Keiko Fujimori”. Se dieron conversaciones con diversos

grupos, sindicatos de maestros, y se orientó a proponer reformas en materia educativa y agraria.

Buscamos aliados en muchos partidos, en muchos grupos. Definitivamente nos ayudó César Acuña y APP para movilizarnos dentro del país. No teníamos tantos recursos económicos, entonces en las regiones donde Acuña tenía votos nos ayudó a movernos con su gente. Otros grupos, como gente del Apra, los chicos de No A Keiko que se aglutinaron alrededor nuestro. Teníamos simpatía en el sur y eso nos ayudó más. Hubo alianzas interesantes con ninguna promesa en particular, más allá de ganar las elecciones para llegar al poder y evitar que llegara el fujimorismo porque iban a concentrar todo el poder y ese era el temor creo de todos (M. Aráoz, comunicación personal, 2 de octubre, 2023).

La relación entre Peruanos por el Kambio y colectivos antifujimoristas llevó a que, desde la CNDH, se coordinara para que el candidato firme un “Compromiso de No Indulto”, como un pedido para tener la tranquilidad de aportar en el espacio antifujimorista y convocar más gente sobre todo de izquierda que mantenían un voto duro contra PPK (E. Carlín, comunicación personal, 5 de octubre, 2023).

Para Peruanos por el Kambio, las alianzas electorales que se dieron fueron para trabajar en términos logísticos y de fiscalización de la jornada electoral. Siendo así que los apoyos discursivos por parte de otros candidatos, no fueron concebidos como un apoyo real que afectara el curso de la elección.

“El apoyo de Verónica Mendoza ayudó poco. No sé si fue tan sólido. Yo creo que más importantes fueron los dos escándalos de Ramírez y Chlimper, los cambios en el discurso y el cambio de actitud autoritario de Fuerza Popular. De Mendoza no hubo un endoso con acción y compromiso, como sí fue el de APP y No a Keiko. No hubo un compromiso real” (M. Aráoz, comunicación personal, 2 de octubre, 2023).

En esa línea, J. Godoy señala que los endosos en la política peruana, en general, de un candidato a otro, no sirven. No son lo más viable ni significa que los votantes de un candidato migren por la muestra de apoyo. Sin embargo, con respecto al mensaje de Mendoza en 2016 señala que significó un punto importante en el sur del país. Ese momento fue decisivo, al considerar que Kuczynski decidió asumir una posición más antifujimorista y debía conquistar los votos del sur (comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

El apoyo de Verónica pudo haber ayudado a que en el sur sus electores apoyaran a Kuczynski. Pero aun así, Kuczynski estuvo a punto de perder la elección. El cambio en los debates fue el empujón final para ganar un partido que venía perdiendo por buen tiempo (E. Patriau, comunicación personal, 28 de setiembre, 2023).

### 5.3. Los debates presidenciales de 2016

La elección presidencial de 2016, fue la primera en la historia de la república en tener dos debates entre los candidatos a la presidencia. El primero se desarrolló el 22 de mayo en Piura. El debate comenzó con un mensaje inicial de los dos contendientes. En este espacio, Kuczynski indicó que su visión del país venía de sus padres, al señalar su vocación de servicio y preocupación ante la desigualdad del país. Este mensaje tuvo la intención de comparar el legado de los padres de Kuczynski con el de Keiko Fujimori. Luego, señaló la importancia de conservar lo bueno y desechar lo malo. Entre lo malo, destacó el tema de la inseguridad, la cual indicó proviene del narcotráfico y la corrupción. Estos dos problemas hicieron referencia a las conexiones del financiamiento de Fuerza Popular con el narcotráfico y el pasado de corrupción del fujimorismo en los noventa.

En su segunda intervención Kuczynski hizo mención a los jóvenes y su necesidad de brindarles oportunidades laborales. Kuczynski apuntaba a un grupo joven, ya que este sector era en el que, según las encuestas, Fujimori tenía menos intención de voto. En su intervención Keiko Fujimori señaló la importancia del juego limpio y el rechazo a la guerra sucia y denuncias falsas. Esto en referencia a las recientes denuncias periodísticas, las cuales eran criticadas por un sector del periodismo por su falta de consistencia. Además, Keiko Fujimori hizo referencia de que se debía prestar mayor atención a los problemas de “las personas de a pie”, en lugar de armas marchas y protestas violentas. Esto hizo referencia a las marchas que en semanas pasadas había convocado distintos colectivos anti fujimoristas en Lima.

En el tema de descentralización política, Fujimori, propuso un gobierno de concertación con los gobernadores regionales. Con esto, la candidata trató de impulsar su imagen en el interior del país en donde no tenía una intención de voto alta. En su intervención, Kuczynski hizo referencia al gobierno de Alberto Fujimori, al señalar que en su gobierno hubo un “asfixiante centralismo”. Ante esto, Fujimori le respondió que estaba debatiendo con ella, no con su padre. Kuczynski le respondió que en su equipo de colaboradores había personas que habían trabajado en el pasado con su padre. Desde el inicio del debate, Kuczynski tuvo una actitud anti fujimorista de rechazo al pasado, al cual trataba de vincular con su oponente.

Ante estas vinculaciones, Fujimori mencionó que su partido ha llevado un proceso de renovación durante años, resaltó la mejora de su organización en todo el país y la respuesta de la ciudadanía en las urnas al elegir 73 congresistas fujimoristas a lo largo del país. La candidata señala que quiere llevar a cabo un trabajo político partidaria e institucional. Así, Keiko Fujimori buscó disentir del pasado anti institucional de AF.

Más adelante, Kuczynski se desvió de la temática sobre descentralización e hizo énfasis en que promovería programas anti corrupción, al comentar que “la corrupción es cáncer que agobia al Perú, que en gran parte se debe a los narcos de la política”. Así, el candidato hizo nuevamente referencia a la corrupción del pasado fujimorista, y al caso de Joaquín Ramírez. Fujimori respondió a las alusiones sobre corrupción al indicar que uno de los candidatos a vicepresidente de Kuczynski, Martín Vizcarra, tenía denuncias por corrupción y posesión de terrenos, y que fue declarado reo contumaz. Kuczynski defendió a su candidato, y calificó tal acusación como “un cuento”. Posteriormente, señaló, por primera vez de manera explícita, que el secretario general de Fuerza Popular estaba siendo investigado por la DEA.

En cuanto al tema de inversión regional, Kuczynski resaltó que los servicios públicos en las regiones del interior no estaban en condiciones óptimas, que necesitaban de dinero para inversiones públicas. El candidato dijo, en referencia a Fujimori, que “con el dinero que robó su padre” (Alberto Fujimori), se pudieron haber construido hospitales y colegios. Nuevamente, Kuczynski realizó una referencia explícita al gobierno de los años noventa. Keiko respondió recordándole al candidato que cinco años antes, él la había apoyado mientras resaltaba su honestidad y experiencia.

Luego, en el debate sobre seguridad ciudadana, Kuczynski volvió a mencionar la importancia de prevenir un narcoestado, ya que “el narcotráfico es la causa de la delincuencia e inseguridad”. Luego, en el debate sobre el medio ambiente, Keiko Fujimori señala la importancia de incluir a las comunidades locales en los asuntos mineros y plantea la pregunta sobre ¿cómo se puede esperar que tales comunidades confíen en la minería si sus regiones son pobres y sufren de contaminación? En su respuesta, Kuczynski volvió a desviarse de la temática y le repreguntó ¿cómo el pueblo puede confiar en ella cuando ha tenido una actitud pasiva con el tema de Joaquín Ramírez? Ante esto, Fujimori le increpó nuevamente sobre las denuncias contra Martín Vizcarra, y los señalamientos contra su otra vicepresidente, Mercedes

Araoz. Kuczynski respaldó a sus dos vicepresidentes. Fujimori criticó el compromiso de Kuczynski con Nelson Palomino, quién fue sentenciado por diversos delitos. Luego, Kuczynski señaló que Hernando de Soto era “asesor de dictadores”, en relación con su asesoría a Gadafi y Mubarak.

El debate continuó con más ataques. Keiko Fujimori manifestó que Kuczynski había “regalado el gas de Camisea a dedo a uno de sus amigos”, Kuczynski señaló que él no había firmado nada. Más adelante, Fujimori recalcó su compromiso social con el desarrollo y progreso del país, mientras que Kuczynski representa a las grandes empresas. Kuczynski se desvió una vez más de la temática y respondió a Fujimori indicando que es contradictorio que prometa infraestructura sin instituciones, pues cuando ella fue primera dama, “se destruyeron instituciones”. Indicó que, para fortalecerlas, se necesita combatir “la corrupción y el narcotráfico”. Luego, señaló que en su gobierno los delitos por corrupción no prescribirán. Keiko Fujimori respondió diciendo que el partido Fuerza Popular es su mayor contribución al institucionalismo pues es un partido organizado y con presencia en todo el Perú, que va más allá de su apellido.

Por último, Kuczynski aclaró que se debían dejar los esquemas del pasado, que él representaba al cambio. Indicó que se debía dejar la corrupción y la falta de transparencia. Hizo referencia a la juventud del país y la necesidad de que gocen de oportunidades y señaló su capacidad técnica para contribuir al país. Por su parte, Keiko Fujimori señaló que su plan de gobierno surgió de su recorrido por todo el país, mientras que Kuczynski defendía a los grandes empresarios. Resaltó su conexión con las mypes y los informales. Finalmente resaltó su recorrido por las regiones del sur en ocho días, mientras que “Kuczynski fue a Estados Unidos durante ocho días”.

La Tabla 9 muestran a continuación las veces que el candidato Kuczynski hizo referencia a tópicos de la coyuntura política en su discurso durante el debate.

Tabla 9

Menciones y referencias del candidato Pedro Pablo Kuczynski en el primer debate presidencial del balotaje 2016

Sutil comparación entre parientes	1
Mención explícita del gobierno de Alberto Fujimori	3
Referencia implícita al gobierno de Alberto Fujimori	4
Referencia implícita al caso de Joaquín Ramírez	4
Mención explícita al caso de Joaquín Ramírez	2
Referencia a la juventud	2
Desviación de la temática	3
Crítica al asesoramiento de Hernando de Soto	1

Fuente: Elaboración propia.

En balance general, Kuczynski realizó más referencia implícitas que menciones explícitas tanto al gobierno de Alberto Fujimori como a la denuncia periodística contra Joaquín Ramírez. Un elemento que se puede apreciar es la constante intención en su discurso de vincular a la candidata de Fuerza Popular con el gobierno de Alberto Fujimori. Asimismo, la crítica a De Soto como un “asesor de dictadores” es una clara intención de retraer una imagen de la dictadura de los noventa. En su carácter antifujimorista, el candidato también hizo mención al voto juvenil, el cual le era más favorable según las encuestas. De esa manera se puede apreciar la permanencia del clivaje antifujimorista en su discurso, y el aprovechamiento de elementos de la coyuntura y errores de su oponente para alimentar este clivaje.

El último debate fue clave. El primer debate fue atroz, muy malo, pero el segundo mostró un presidente más firme, alguien que tenía más ideas que ganas de pelear. Se preparó más. Dijo esta frase “Tú no has cambiado pelona”, que creo que ayudó (M. Aráoz, comunicación personal, 2 de octubre, 2023).

El segundo debate se dio el 29 de junio en Lima. En él, Kuczynski inició mencionando su cercanía con el Perú y recalcó que Keiko Fujimori no era una opción demócrata. Señaló que su contrincante representaba a “la política de los noventa”, lo cual era una amenaza para la democracia. Indicó que se debía acabar con tal amenaza y que era fundamental salvar la libertad y el derecho de debatir en diálogo.

Asimismo, comentó que el candidato a vicepresidente de Fuerza Popular, José Chlimper, estaba envuelto en un “escándalo” para manipular a un periodista. En ambos debates desde el inicio tuvo un explícito sello antifujimorista, del cual hizo la base de su discurso, pero en este comenzó de manera mucho más frontal. Fujimori, en su mensaje inicial, recalcó su recorrido por el país y se posicionó como una candidata resuelta a solucionar las demandas inconclusas del pueblo con un Estado presente, señaló a Kuczynski como el candidato de las grandes empresas y alejado de la ciudadanía.

Al inicio de su intervención en la temática económica, en lugar de iniciar hablando sobre sus propuestas, Kuczynski comentó un capítulo de su experiencia como ministro de economía, al señalar que cuando él inició sus labores, la economía estaba en un mal estado, y que sus antecesores se encontraban afrontando juicios. El candidato mencionó que “no había inversión ni crecimiento ni trabajo”. En esta intervención el candidato aprovechó para hacer referencia al último gobierno de Alberto Fujimori, al indicar que su política económica no fue favorable para el Perú, y buscó atacar a Keiko Fujimori con esto. Si bien el candidato hizo gala de sus propuestas y plan programático en general, en el debate se vio opacado en su discurso por las referencias y ataques contra Keiko Fujimori.

Más adelante, Kuczynski le indicó a Keiko Fujimori que ella no tenía experiencia laboral en el sector privado, que siempre había “vivido de la política”. Fujimori expresó que en los veinte años que tenía en política siempre recibió reconocimientos, y resaltó la construcción de Fuerza Popular como un proyecto partidario sólidamente organizado e institucionalizado. Kuczynski respondió al señalar los casos de Joaquín Ramírez y José Chlimper, diciendo que esos “no eran ejemplos de un buen legado de experiencia política”. Ante esto, Fujimori respaldó a su vicepresidente y criticó las guerras sucias del periodismo contra su campaña.

En la temática ambiental, Keiko Fujimori señaló la importancia de proteger la biodiversidad, la prevención y solución de conflictos, y medir riesgos de las actividades empresariales. Propuso la idea de un Estado como árbitro en el diálogo. Kuczynski criticó esta postura al señalar el acuerdo de Keiko Fujimori con mineros ilegales, de los cuales dijo “depredan y malogran los bosques”. Asimismo, criticó el diálogo con el “sendero verde”, en mención de la propuesta de diálogo con ex terroristas que hizo su aliado, Hernando de Soto. Como se puede ver, Kuczynski aprovechó las propuestas

de la candidata para argumentar incoherencias en el discurso de ella y sus aliados, apoyándose en los errores de su campaña.

En cuanto a política educativa, Kuczynski señaló que los colegios con doble turno son una problemática, “la cual se inició en el gobierno de Alberto Fujimori”. A lo largo del debate, incluso al momento de mencionar sus propuestas, hacía referencia al gobierno de los noventa de Alberto Fujimori, conectaba sus propuestas y respuestas con los errores de la candidata y el rechazo al gobierno de los noventa. Luego, Keiko Fujimori preguntó a Kuczynski si es que él apoyaba la política del chorreo. Kuczynski no respondió, pero desvió el tema señalando que su padre dejó al país con “54% de pobreza”, y que el gobierno del cual fue parte desde 2001, heredó un país sin recursos. Además, le mencionó la renuncia por fax de su padre.

Más adelante, Kuczynski mencionó el tema de las ausencias laborales de Keiko Fujimori cuando era congresista. Como respuesta, Fujimori mencionó que fue por su licencia de maternidad y para terminar su maestría. Luego, en la temática anticorrupción, Keiko Fujimori señaló la importancia de rendición de cuentas y de combatir la corrupción y amiguismos, buscando hacer referencia a Kuczynski. Ante ello, Kuczynski le respondió preguntándole si es que ella extraditaría a sus tíos quienes tienen orden de captura internacional. Fujimori respondió comentando que su vicepresidente, Martín Vizcarra, tenía 34 denuncias. Kuczynski respondió que esas denuncias “no subsistían” y que su candidato a vicepresidente sí estaba siendo cuestionado, que “nada había cambiado, es una máscara, la corrupción sigue ahí”. Finalmente, Fujimori respaldó a Chlimper, y volvió a comentar el caso de Martín Vizcarra. En esta sección Kuczynski aprovechó para subir la intensidad y mencionar, una vez más, el pasado fujimorista y relacionarlos a los nuevos escándalos. Combinó la coyuntura actual (sumados a sus errores) con el antifujimorismo.

En la temática de inseguridad, Kuczynski comentó que tal problema se debía a “los tres jinetes del apocalipsis”: el narcotráfico, la corrupción y el crimen. Consideró que era fundamental deslindar con el narcotráfico y el lavado de dinero. Además, aprovechó para mencionar que once de los congresistas electos por Fuerza Popular para el periodo 2016-2021, estaban siendo investigados por lavado, y cinco por conexiones con el narcotráfico. Advirtió que en los próximos años podría haber un narcoestado. En síntesis, el candidato hizo alusión al episodio de Joaquín Ramírez, la coyuntura nacional de inseguridad y errores del presente.

En la misma línea, Fujimori criticó a Kuczynski por una licencia concedida para beneficiar a Fernando Zevallos con un decreto de urgencia que fue firmado por el entonces ministro. Kuczynski más adelante le respondió señalando que a su hermano, y congresista de Fuerza Popular, Kenji Fujimori, se le encontró cocaína en un almacén. Además, criticó que la candidata haya firmado un acuerdo de colaboración con un grupo de construcción civil conocido como extorsionador. Más adelante, Keiko Fujimori criticó la alianza de Pedro Pablo Kuczynski con Nelson Palomino; sin embargo, él señaló que no tenía ningún tipo de alianza firmada. Casi al final del debate, Kuczynski volvió a señalar que Keiko Fujimori no contaba con autoridad para combatir la tala y el narcotráfico con once congresistas de su bancada investigados por este último delito. Además, indicó que el crimen se explicaba mayormente en la costa de Perú, por las rutas donde transitaba la droga. A esta etapa del debate la confrontación y desviaciones de los temas de discusión habían llegado a un punto muy intenso.

Finalizando el debate, Kuczynski resaltó su disposición de servicio inspirado en su padre quien fue médico de hospitales públicos. Señaló la importancia de defender la democracia y que las dictaduras no funcionaban. Dijo “no más Grupo Colina ni esterilizaciones forzosas”. Pidió cerrar el camino a candidatos corruptos y sin transparencia. Hizo una última referencia a los escándalos de Joaquín Ramírez y José Chlimper, e hizo un llamado a todas las fuerzas políticas a defender la libertad. Finalmente pidió el “no retorno a la dictadura, corrupción y mentira”. Keiko Fujimori, en su mensaje final, hizo referencia a varias de sus propuestas como un estado presente, el apoyo a los informales y mypes, y a la comunidades de interior del país. A diferencia de ella, el mensaje final de Kuczynski estuvo completo de confrontación a su candidata y vinculaciones de su candidatura con el pasado fujimorista y crímenes cometidos en el pasado. Asimismo, mencionó los errores de su candidatura en la coyuntura actual, así como hizo referencia a una pluralidad de fuerzas políticas.

Kuczynski llega mejor afiatado al segundo debate y logra ponerse el traje de antifujimorista. La estrategia de Kuczynski es definida hacia el final, que es donde logra la ventaja (J. Godoy, comunicación personal, 4 de octubre, 2023).

En su mensaje final, el candidato utilizó una mezcla del clivaje antifujimorista, los errores recientes de la campaña de Fujimori, y un llamado a sus aliados políticos a “salvar la democracia”. Todo eso por encima de sus características programáticas.

En síntesis se puede decir que este debate, más que para mostrar sus propuestas, lo utilizó para confrontar a Fujimori. Si el debate influyó el voto, el mensaje de antifujimorismo y coalición fueron los que influenciaron el voto. Al día siguiente de este mensaje, Verónica Mendoza, quién fue el tercer lugar de las preferencias electorales en la primera vuelta, brindó su apoyo a Peruanos por el Cambio.

En la Tabla 10 se muestran las veces que Pedro Pablo Kuczynski hizo referencia a tópicos de la coyuntura política en su discurso durante el debate.

Tabla 10

Menciones y referencias del candidato Pedro Pablo Kuczynski en el segundo debate presidencial del balotaje 2016

Sutil comparación parental	1
Mención explícita al gobierno de Alberto Fujimori	8 – 3 en el mensaje final
Referencia implícita al gobierno de Alberto Fujimori	0
Referencia implícita al caso de Joaquín Ramírez	3
Mención explícita al caso de Joaquín Ramírez	1
Referencia a la juventud	0
Referencia a la polémica de Hernando de Soto (sendero verde)	1
Mención explícita a la polémica de José Chlimper	4
Critica al acuerdo de Keiko Fujimori con mineros ilegales	1
Vinculación explícita de relación de Fuerza Popular con el narco	4
Llamado a la coalición de fuerzas políticas	1

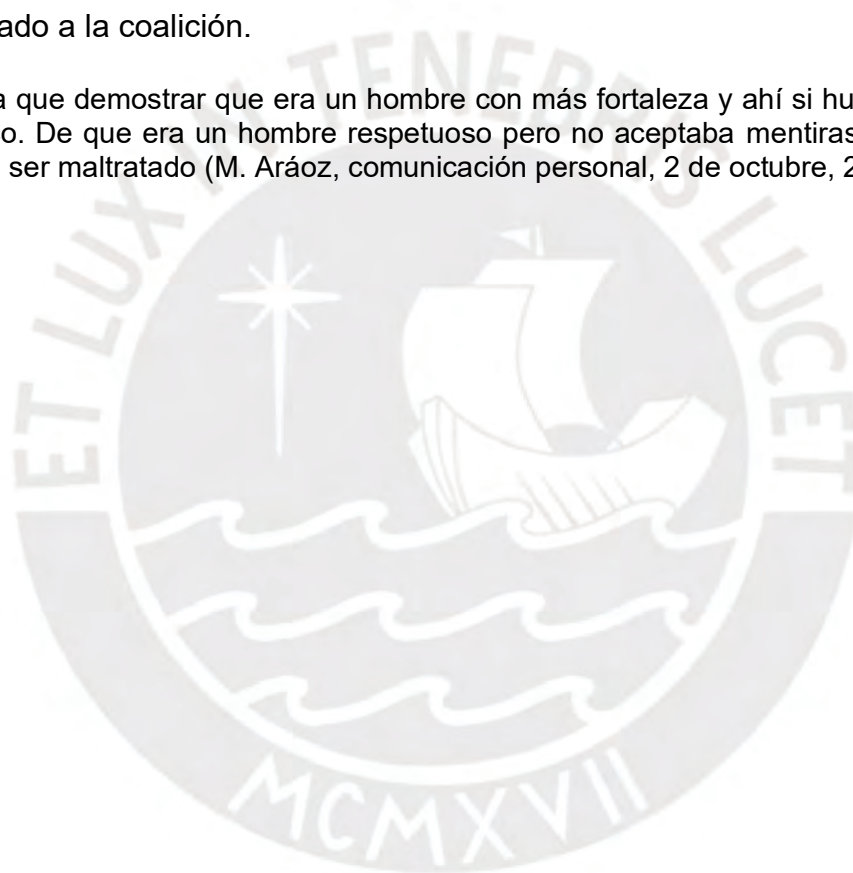
Fuente: Elaboración propia.

Como muestra el cuadro, a diferencia del primer debate, Kuczynski realizó más menciones/referencias al gobierno de Alberto Fujimori. En el pasado debate hizo tres menciones explícita y cuatro referencias implícitas. En el segundo debate, realizó ocho menciones explícitas. No solo aumentó las vinculaciones de su oponente con el gobierno de los noventa, sino que fue más directo y puntual con estas referencias. En cuanto al caso de Ramírez, en el primer debate realizó cuatro referencias implícitas y dos menciones explícitas. En este debate fue menos incisivo en este tema, y realizó solo tres referencias implícitas, y una explícita. Sin embargo, equivalió la balanza con

las otras dos grandes polémicas. Hizo cuatro menciones explícitas al caso de José Chlimper, y una a la de Hernando de Soto y el “sendero verde”.

El candidato tuvo una actitud más confrontacional que en el primer debate, y esto se evidenció también a la crítica de Fuerza Popular como partido, y su vinculación con el narcotráfico a once de sus congresistas electos, y de manera explícita a Kenji Fujimori, hermano de la candidata. Por otra parte, no realizó referencias a la juventud, por lo cual su enfoque en este debate se alejó notoriamente de sus cualidades programáticas, y su discurso se enfocó en el clivaje antifujimorista de manera más explícita, de resaltar los errores de la candidata y su partido en la coyuntura actual, y un final llamado a la coalición.

PPK tenía que demostrar que era un hombre con más fortaleza y ahí si hubo un cambio estratégico. De que era un hombre respetuoso pero no aceptaba mentiras, y que podía liderar sin ser maltratado (M. Aráoz, comunicación personal, 2 de octubre, 2023).



## Conclusiones

Las campañas electorales de la segunda vuelta en 2006 y 2016, enfocaron su estrategia en captar el voto del ciudadano indeciso o independiente. Este es un rasgo que ha permanecido latente en la política peruana históricamente. Sin embargo, un aspecto que resalta es que en 2016 hubo una presencia mucho más visible y activa de la identidad anti en contraste a campañas anteriores, como en 2006, gracias al activismo en redes sociales que permitía difundir de modo más descentralizado un mensaje de rechazo. Esta asimetría probablemente también se debió a que en 2006 no había un sentimiento "anti" tan generalizado en contra de los candidatos de segunda vuelta (García y Humala), a diferencia del arraigado antifujimorismo que sí enfrentó Keiko Fujimori una década después. El contexto comunicacional y específicamente la consolidación del antifujimorismo como identidad política negativa fuertemente movilizada, generaron condiciones propicias para que se diera la reversión de 2016 recapitulando un fenómeno que había ocurrido diez años antes pero por razones y en un entorno distinto.

Las consecuencias de las campañas son también un rasgo a analizar. Como enunciaba (Canchari, 2010), existen riesgos de ingobernabilidad derivados de reversiones electorales en segunda vuelta. El contraste entre los periodos 2006-2011 y 2016-2021 en Perú muestra esto se cumplió en un caso pero no en el otro. Efectivamente, tras revertir el resultado inicial y ganar la presidencia en 2006, Alan García y el Apra lograron construir gobernabilidad y mantener disciplina legislativa los siguientes cinco años, sin mayores obstrucciones desde la oposición nacionalista. En cambio, la estrecha victoria de Peruanos por el Kambio en 2016 sobre Fuerza Popular sí derivó en una crisis política constante entre Ejecutivo y Legislativo debido a que el fujimorismo conservó una abrumadora mayoría parlamentaria. Ello facilitó el uso de mecanismos como las mociones de censura y una actitud poco dialogante de la oposición.

Esta disparidad se explica en parte por el diseño electoral, como indica (Jauregui, 2017). Este diseño jugó un rol en la gobernabilidad del país. En 2006, los partidos contaban con mayor poder para controlar a sus legisladores, frente a un sistema más abierto en 2016 que generó mayor volatilidad, transfuguismo y fragmentación interna en el Parlamento. En tanto, en el caso de Kuczynski se observa como luego de la

reversión electoral, el ganador obtuvo un escaso respaldo legislativo. Pero ello no ocurrió una década antes con el triunfo de García, gracias a un contexto de mayor institucionalización partidaria relativa. En suma, la comparación entre ambos periodos ilustra que en Perú la capacidad de construir gobernabilidad luego de segundas vueltas impredecibles depende en buena medida del grado efectivo de institucionalización del sistema electoral en ese momento específico.

A pesar de ser dos elecciones y campañas electorales muy distintas, se puede decir que tanto en la segunda vuelta de la elección presidencial de 2006, como en la del año 2016, se obtienen campañas polarizadoras. Sin embargo, la elección de 2006 se obtiene la particularidad de un factor “antisistema”, representado por Ollanta Humala, el cual capitalizó el voto de sectores relegados a nivel social y económico. En cambio, en la elección de 2016, ni Pedro Pablo Kuczynski ni Keiko Fujimori representaron una opción antisistema. Lo más cercano a ello fueron Verónica Mendoza y Gregorio Santos, los cuales no superaron la primera vuelta.

De esa forma, el balotaje de 2006 entre García y Humala puede verse representado como una elección entre la reforma o el mantenimiento del sistema económico y político. García y el aprismo si bien representaban hasta ese entonces una fórmula de centro izquierda y eran recordados por las políticas anti sistema implementadas en el gobierno 1985-1990, para 2006 su plataforma se encontraba dispuesta a dialogar y concertar por reformas más liberales, como es el caso del TLC con Estados Unidos. Tales características de consenso no se encontraban en la campaña de Ollanta Humala. A manera de distinguirse frente a su contrincante, el aprismo se inclinó por representar los intereses de los electores que no querían un cambio radical.

Para entender la elección de 2006 se debe comprender el contexto partidario en el que se encontró. Era la segunda elección desde la caída del fujimorato y existía una convivencia democrática entre distintos partidos. La candidatura de Humala significó no solo la aparición de un outsider, sino una fricción con las reglas democráticas que se tenían hasta ese momento. Esto se vio representado en la aparición de figuras autoritarias como Juan Velasco Alvarado y Hugo Chávez en su discurso. Además, en la intromisión de Hugo Chávez, entonces presidente de Venezuela, en una elección extranjera, así como sus repetidos insultos al candidato García y al entonces presidente Toledo.

Si bien finalmente fue elegido Alan García y la convivencia democrática entre partidos permaneció, en las elecciones siguientes el multipartidismo comenzó a incrementar de manera que se llegó a una fragmentación del sistema partidario y de representación política. Para 2016, el multipartidismo había incrementado de manera que habían alrededor de cinco candidatos con oportunidad de llegar a segunda vuelta. En este contexto político se produce la remontada de Pedro Pablo Kuczynski en la segunda vuelta.

La reversión del resultado de la primera vuelta en 2016, se debió a un voto “antifujimorista” transversal y a alianzas políticas, más que a una ola anti establishment, como la que representó Humala en 2006. El contexto político y social no era el mismo que diez años antes, en donde había más volatilidad e incertidumbre en torno a la posibilidad de que una propuesta radical gane la elección. En 2016, en cambio, se venía de un periodo de crecimiento económico estable bajo el gobierno de Humala. Por otro lado, el fujimorismo se había instituido como una fuerza política expandida a nivel nacional, a diferencia de Humala en 2006.

Si bien ambas elecciones fueron distintas, se puede observar un factor común en el uso de campañas del miedo. Estas fueron usadas contra un candidato de izquierda como Humala, relacionadas a el probable retorno del autoritarismo y el servicio a intereses extranjeros ligados Hugo Chávez. Asimismo, se generó un miedo alrededor de la figura de Antauro Humala, y el pasado militar de Ollanta Humala como el Capitán Carlos. Por otro lado, la campaña del miedo fue utilizada también contra una candidata de derecha, Keiko Fujimori. Esta, al igual que diez años antes, se dio alrededor del retorno a un autoritarismo, basado en el recuerdo del gobierno de Alberto Fujimori, padre de la candidata. Junto con esta herencia autoritaria, se vinculó en el discurso a la candidata con crímenes como el narcotráfico y el lavado de activos.

Los perfiles ideológicos difusos de los partidos en el Perú, sumado a organizaciones políticas centradas en liderazgos individuales más que en propuestas programáticas, generan un camino para que los debates electorales y declaraciones mediáticas impacten significativamente las preferencias del votante. Como indican Cantú y Carreras (2023), En países con baja institucionalización como el Perú, el mensaje político y la retórica de campaña logran moldear las inclinaciones del votante, aprovechándose de sus susceptibilidades en periodos electorarios para captar adhesiones. Por tanto, el discurso político que los candidatos en 2006 y 2016

desplegaron en los medios, tiene un efecto sobre las decisiones del electorado, dados los amplios márgenes de indecisión e indefinición ideológica que caracterizan al sistema de partidos peruano.

Tras el análisis de ambas campañas electorales, se obtienen una serie de hallazgos. En primer lugar, en el caso de la elección 2006, se evidencia el cambio de discurso en Alan García. A inicios de la campaña presidencial en enero de 2006, Alan García no concebía como peligroso el endoso de Chávez a Humala, a pesar de que, de manera generalizada muchos actores políticos, entre ellos Lourdes Flores y Fernando Olivera, advirtieron de ese apoyo como peligroso para los intereses peruanos. Tal acto incluso generó controversia en la presidencia del Perú, la cual calificó al acto como una injerencia. En ese contexto, se puede identificar un abrupto cambio de discurso en Alan García, el cual se ve evidenciado incluso desde antes de la segunda vuelta. Este cambio se puede identificar en spots publicitarios de televisión, en el cual a través de su discurso se posiciona en el centro político, mientras que ubica en los extremos a Lourdes Flores, y a Ollanta Humala.

Este cambio de discurso se debió a una estrategia para llegar a la segunda vuelta. El posicionamiento de Flores y Humala en los extremos, en las semanas finales de la primera vuelta, fue esencial para lograr el objetivo de llegar al balotaje. Esto sucede en un contexto en el que se encontraba muy parejo a Lourdes Flores en los sondeos de opinión, y en el que Humala se perfilaba como candidato ganador de la primera vuelta. En ese sentido, el candidato posicionó en los extremos a sus contrincantes, no solo para darles cualidades negativas, sino para mostrarse como el único moderado con posibilidades de poder derrotar al extremismo en segunda vuelta. En síntesis, ubicar a Flores, más cercana a él en las encuestas, en un extremo tuvo como objetivo la derrota de esta en primera ronda contra la posición moderada de García; mientras que ubicar en un extremo a un Humala perfilado a ganar la primera ronda, tuvo como objetivo anticipar a García como el único con posibilidades de vencerlo.

En cuanto a la hipótesis general, en el caso de García se aprecia la presencia de distintos actores políticos influyentes que buscaron apoyar la candidatura aprista durante la segunda vuelta en el área discursiva. La victoria de Humala en primera vuelta generó la búsqueda de concertaciones de manera casi inmediata al día siguiente de la elección. Si bien desde el aprismo se ha manifestado que no existió un

contacto directo ni endoso formal, la evidencia señala que se realizaron conferencias de prensa con otras fuerzas políticas, y desde las mismas se dieron pronunciamientos que llamaban al voto por García. Estos diálogos demoraron debido a lo cercanos que se encontraban los candidatos García y Flores terminada la primera vuelta.

Los resultados oficiales de la ONPE tomaron semanas en estar completamente escrutados. No obstante, los actores políticos, ya pronunciaban su deseo de apoyar a quien pasase a segunda vuelta contra Humala. A pesar de ser una elección de tres candidatos, frentes políticos que obtuvieron votos nada desdeñables como Restauración Nacional y el Frente de Centro, manifestaban su rechazo a las propuestas de Humala. Una vez obtenido el pase a segunda vuelta, García reconoció la importancia de formar alianzas en segunda vuelta, antes de que el electorado se polarizara.

Luego, se puede hallar en el discurso de García las tres estrategias de batalla que menciona Kanashiro (2016). Se puede afirmar que existió una “campana del miedo” contra Humala, llevada a cabo no solo por el discurso y estrategias de sus contrincantes políticos, sino también por la difusión de medios de comunicación sobre cuestionamientos alrededor de su pasado. Entre estos se encontró su relación con el presidente venezolano Hugo Chávez; su hermano Antauro Humala, quien había llevado a cabo una rebelión armada en el año 2005; y vinculaciones al candidato con violaciones a los derechos humanos y desapariciones cometidos en la localidad de Madre Mía.

A partir de estos elementos se puede identificar la aplicación de las tres “estrategias de batalla”, llevadas a cabo por García al momento del debate presidencial, así como en sus spots publicitarios de televisión. Primero, el desenmascaramiento, cuando se cuestiona las buenas intenciones en torno a la justicia social del candidato Humala, como funcionales a los intereses de Hugo Chávez. Segundo, el pasado como condena, al momento de vincular a Humala con temas como la muerte y el terror, en los spots televisivos apristas, debido a sus vínculos con el caso Tía María. Finalmente, el cuestionamiento de aliados políticos, dentro de la campaña o no, en referencia a Hugo Chávez y Evo Morales, en los debates presidenciales, así como a su hermano Antauro Humala, con quien el

candidato nacionalista no solo compartía vínculos ideológicos, sino que, en el pasado, se rebelaron juntos contra el gobierno de Fujimori.

Hasta el momento se han podido identificar la voluntad y formación de concertación y alianzas políticas en torno a la candidatura que enfrentase a Humala, por parte de los actores políticos más relevantes de la elección. Asimismo, se identifica el reconocimiento de la importancia de las alianzas dentro de la candidatura aprista. Este escenario se conforma debido al peligro concebido de la candidatura de Humala, y a la noción de una dificultad para derrotarlo. En el caso de la concepción del peligro, García la explica como un antichavismo, lo cual se condice con una identidad negativa. Esta identidad negativa se genera alrededor del programa político nacionalista y los peligros que pudiera generar su aplicación en el Perú, y no por los vínculos personales de Humala con su pasado o sus aliados. Por otro lado, se ha podido identificar estrategias discursivas en García para golpear a su contrincante. Los elementos discursivos utilizados fueron apoyados y/o sustentados por elementos de la coyuntura nacional e internacional.

En cuanto a las hipótesis específicas de la campaña electoral de 2006 se evidencia su búsqueda por apelar a un público joven. Con respecto a las identidades negativas en la política peruana post colapso de partidos, esta tiene entre sus características una tendencia a la centro izquierda, a políticas anti sistema, y tienen un mayor rango de edad (Meléndez, 2019). Con respecto a la candidatura aprista se encuentra que esta buscó apelar a un público joven, el cual no se encuentra relacionado a una identidad negativa anti aprista. Esto se puede evidenciar en sus spots televisivos. Dentro de estos se puede encontrar, en primer lugar, un grupo de spots animados, los cuales tienen una temática juvenil y acompañados de música urbana. En segundo lugar, se encuentran spots en los que jóvenes son entrevistados con relación a temas de trabajo, salud, vivienda, que los aquejan. En estos spots se promociona al APRA como la solución. Por último, se encuentra un grupo de spots, que hacen referencia más explícita a la juventud, en los cuales García lleva a cabo discursos que hacen referencia a la relación histórica entre el aprismo y las juventudes. Estos spots se encuentran acompañados de recurrentes imágenes de jóvenes escuchando a García.

En cuanto a la hipótesis específica, se evidencia la radicalización de Humala a través del discurso para buscar alejarlo del centro. En los últimos avisos televisivos

del APRA previos a la segunda vuelta electoral, se puede apreciar un incremento en la agresividad con la cual caracterizaba a la candidatura de Ollanta Humala con cualidades como el terror y la muerte. Esto fue una posición mucho más agresiva que la que tuvo desde finales de la primera vuelta electoral. Como se ha mencionado con anterioridad, las identidades negativas en el Perú, suelen tener una tendencia al centro izquierda; sin embargo, la radicalización de Humala propuesta en el discurso de García, buscó alejar más al candidato nacionalista hacia la izquierda en el discurso político, de manera que esta disintiera con el electorado de anti aprista.

Asimismo, como se mencionó en las hipótesis específicas del caso de 2006, existieron políticas de acercamiento al centro izquierda: García, aun en la segunda vuelta, conservó en su discurso denuncias a las élites y al sistema económico, bancario, educativo y agrario. De esa forma se mostraba como un reformador. Asimismo, se puede apreciar que el candidato era ambiguo con respecto a temas como el de un cambio de constitución política. Si bien se oponía a una Asamblea Constituyente, como lo proponía su adversario Ollanta Humala, en ocasiones hacía mención a volver a la Constitución de 1979. En ese sentido, se puede considerar un candidato que cuestionaba al sistema que buscaba, en principio, cambiar el régimen económico y político. Sin embargo, se aprecia que este tema no era recurrente en su discurso, por lo cual no constituía una prioridad en su discurso.

Se resalta la presencia de la ambigüedad en el discurso. Al igual que en el aspecto anti sistema con respecto a un cambio de constitución por parte del APRA, se encuentra ambigüedad con respecto al tema del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. Este tema fue uno de controversia durante la elección. Ollanta Humala, por un lado fue criticado por el establishment debido a su oposición; sin embargo, García, en ocasiones se manifestó a favor, y en otras criticó al TLC. Se puede decir que según el público, García brindaba un discurso distinto. En ese sentido, presentó un discurso variado y ambiguo. Sin embargo, esto no tuvo mayor repercusión en el voto debido a que, en lo que respecta a los simpatizantes apristas, estos tienden a seguir a la línea del líder.

Luego de la primera vuelta electoral del año 2016, en la cual Keiko Fujimori gana esta ronda con más de 18% de diferencia con respecto a Pedro Pablo Kuczynski, la candidatura de Peruanos por el Kambio no tenía un plan claro que seguir. Se contó

con distintos asesores de campaña, lo cual generó una situación de desorden en la campaña. Sin embargo, debido a que su contrincante llevaba con sí una identidad negativa, se sabía que se debía seguir una línea contraria a lo que significaba el fujimorismo.

Un hallazgo importante en el caso de 2016 es el apoyo logístico en Peruanos por el Cambio, el cual contó con múltiples apoyos políticos a lo largo del país en contra de la candidatura fujimorista. Además de ello, contó con el apoyo de distintos colectivos y organizaciones de la sociedad civil, así como de gremios y sindicatos de lo largo de todo el Perú. Si bien dentro de la campaña de Peruanos por el Cambio se aprecia como significativo para la victoria el apoyo de distintos políticos a través de su discurso, como el de Verónica Mendoza a finales de la campaña, se considera que las principales alianzas que permitieron la victoria fue con organizaciones que aportaron con apoyo logístico a nivel de personeros, y conexión con bases y líderes sociales en todo el país.

En cuanto a la coyuntura nacional, se observa que inicialmente, la denuncia periodística contra Joaquín Ramírez, secretario general de Fuerza Popular, la cual vinculaba al partido con financiamiento ilícito, no causó efectos negativos en la intención de voto de Keiko Fujimori. La candidatura fujimorista no se vio damnificada hasta la denuncia periodística que surgió contra José Chlimper por manipular audios que demostraban que la denuncia contra Joaquín Ramírez había sido una mentira. Esto fue aprovechado por la candidatura de Peruanos por el Cambio para vincular a la candidatura fujimorista de 2016 con el legado autoritario de Alberto Fujimori y Vladimiro Montesinos en el pasado. En Peruanos por el Cambio se concebía la idea de que los temas con respecto a la violación de derechos humanos en los noventa, o las esterilizaciones forzadas, no generaban más antivoto contra Keiko Fujimori. En ese sentido, el escándalo surgido contra José Chlimper y su intento de manipulación a la prensa constituyó una oportunidad para re impulsar el discurso antifujimorista por parte de Kuczynski.

Se evidencia la agresividad de Kuczynski. La denuncia surgida contra Chlimper sucede en la semana final de campaña de segunda vuelta, es decir, después del primer debate presidencial. Este primer debate fue considerado como negativo por parte de la campaña de Kuczynski, debido a que se mostró como falto de respuesta

ante lo que se consideraron mentiras y agravios por parte de Fujimori. Esto generó que en el segundo debate, con el reciente escándalo de Chlimper, se tomara una postura mucho más agresiva y confrontacional.

Un hallazgo importante es la importancia de las redes sociales y su relación con Peruanos por el Cambio y su discurso de apelación a los jóvenes. Semanas antes de la segunda vuelta se llevaron a cabo manifestaciones multitudinarias contra Keiko Fujimori. Estas fueron convocadas por colectivos conformados en su mayoría por jóvenes y universitarios. Durante el segundo debate presidencial, se puede observar referencias explícitas a las juventudes por parte de Kuczynski. La campaña de Peruanos por el Cambio mantuvo contacto con las bases de los colectivos antifujimoristas. A pesar de sus diferencias ideológicas, se dejó claro en que la línea política del partido no cambiaría. Por tanto, la imposibilidad de Kuczynski de virar a la izquierda, no significaba un problema para estos colectivos de identidades negativas.

Tal fue una característica que mantuvo Peruanos por el Cambio con sus distintos aliados, siendo que no se daban apoyos a cambio de un interés. Al igual que en el caso de la elección de 2006, se puede decir que este escenario se dio debido a una generalización en la concepción del peligro que pudo significar un gobierno fujimorista. No solo en términos ideológicos, sino en concentración de poder, esto en un contexto en el cual Fuerza Popular contaba con mayoría absoluta en el congreso.

Finalmente, el discurso utilizado por Alan García en 2006 y Pedro Pablo Kuczynski en 2016 y los cambios que se pueden observar en ellos entre vueltas presidenciales, tuvieron éxito al lograr la reversión del resultado que se dio en primera vuelta. Ante un nuevo contexto de contienda como el de la segunda vuelta, los candidatos presidenciales suelen modificar o adaptar su discurso; sin embargo, esta investigación presentó cómo, en el Perú, en dos ocasiones el cambio de discurso tuvo éxito para los segundos lugares de la primera vuelta. Esto se da en contextos condicionados al estado cambiante del sistema de partidos peruano, ilustrando la complejidad de la política peruana. Lejos de indicar tendencias generalizables, los casos de 2006 y 2016 ejemplifican la contingencia e impredecibilidad de resultados electorales bajo reglas como la segunda vuelta, cuando operan en entornos institucionales volátiles.

## Referencias bibliográficas

- Alarcon, V. (2022). El presidencialismo latinoamericano y la problemática de los gobiernos eficaces en América Latina. En F. Freidenberg, *Reformas electorales en América Latina* (págs. 231-256). Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Albala, A. (2016). Presidencialismo y coaliciones de gobierno en América Latina: un análisis del papel de las instituciones. *Revista de Ciencia Política*, 459-479.
- Albán, J. (2022). El impacto de la segunda vuelta en la fragmentación de la política peruana. En F. Tuesta, *Elecciones 2021. Pandemia, crisis y representación* (págs. 45-108). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Aldrich, J. (1995). *Why Parties? The Origin and Transformation of Political Parties in America*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ansolabehere, S., Dagonel, A., Kuriwaki, S., & Yamauchi, S. (2023). The Geography of Racially Polarized Voting: Calibrating Surveys at the District Level. *American Political Science Review*, 1-18.
- Ayala, H. (2017). Las lógicas de las planchas presidenciales. En F. Tuesta, *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado* (págs. 91-118). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Ayala, H. (2022). Buscando a un vicepresidente: las listas presidenciales peruanas en perspectiva. En F. Tuesta, *Elecciones 2021. Pandemia, crisis y representación* (págs. 163-200). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Ayala, V., & Patriau, E. (2017). Equipos en campaña. En F. Tuesta, *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado* (págs. 155-178). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Ayala, V., & Patriau, E. (2022). Una campaña a tres vueltas: la cobertura mediática a los candidatos presidenciales en las elecciones de 2021. En F. Tuesta, *Elecciones 2021. Pandemia, crisis y representación* (págs. 231-262). Lima: Fondo Editorial PUCP.

- Bawn, K., Cohen, M., Karol, D., Masket, S., Noel, H., & Zaller, J. (2012). A Theory of Political Parties: Groups, Policy Demands and Nominations in American Politics. *Perspectives on Politics*, 571-597.
- Blais, A., & Massicotte, L. (2005). *Voting at the second order: Two round elections and the party system*. Oxford University Press.
- Buquet, D. (2007). Between Legitimacy and efficacy: reform in presidential election systems in Latin America. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 3.
- Campos, M. (2017). Transfuguismo y reelección: ¿una forma de sobrevivir en la política? En F. Tuesta, *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado* (págs. 361-382). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Canchari, G. (2010). *Elecciones presidenciales por mayoría relativa y doble vuelta en América Latina: legitimidad, contingente parlamentario y gobiernos unificados y/o divididos*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Carrubba, C., & Gabel, M. (2008). Legislative Voting Behavior, Seen and Unseen: A Theory of Roll-Call Vote Selection. *Legislative Studies Quarterly*, 543-572.
- Chasquetti, D. (2001). Balotaje y coaliciones en América Latina. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 9-33.
- Chasquetti, D. (2008). *Democracia, presidencialismo y partidos políticos en América Latina: evaluando la "difícil combinación"*. Montevideo: CAUCE.
- Colomer, J. (2004). The Strategy and History of Electoral System Choice. En J. Colomer, *Handbook of electoral system choice* (págs. 3-80). American Political Science Review.
- Cox, G. (1997). *Making Votes Count: Strategic Coordination in the World's Electoral Systems*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cueva, C. (2017). El debate en debate. En F. Tuesta, *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado* (págs. 211-230). Lima: Fondo Editorial PUCP.

- Encinas, D., & Fuentes, A. (2022). Mapenado los resultados: patrones geográficos del voto en las elecciones presidenciales de 2021. En F. Tuesta, *Elecciones 2021. Pandemia, crisis y representación* (págs. 371-388). Lima: Fondo Editorial Pucp.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of A Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 51-58.
- Freidenberg, F. (2022). *Reformas electorales en América Latina*. Ciudad de México: Universidad Autónoma de México.
- Freidenberg, F., Garrido, S., & y Uribe, C. (2021). *¿Por qué unos países cambian sus reglas más que otros?* Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- García Llorens, M. (2011). Los medios de comunicación y la política del miedo en el ritual electoral. En C. Meléndez, *Anti-candidatos. Guía analítica para unas elecciones sin partidos* (págs. 213-240). Lima: Aerolíneas editoriales.
- Grompone, R., & Barrenechea, R. (2010). Régimen político, improvisaciones institucionales y gobernabilidad democrática en Perú. En M. Tanaka, & F. Jácome, *Desafíos de la gobernabilidad democrática* (págs. 113-148). Lima: IEP.
- Hurtado, J. (2020). La segunda vuelta electoral en Latinoamérica y su posible introducción en México. *Intersticios sociales*, 261-290.
- Incio, J. (2022). Elecciones generales peruanas 2021: fragmentación y debilidad democrática. En F. Tuesta, *Elecciones 2021. Pandemia, crisis y representación* (págs. 371-388). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Jácome, F. (2010). Movimientos sociales, democracias y reformas en la región andina. En M. Tanaka, & F. Jácome, *Desafíos de la gobernabilidad democrática* (págs. 365-388). Lima: IEP.
- Jamieson, K., & Waldman, P. (2004). *The Press Effect: Politicians, Journalists, and the Stories that Shape the Political World*. Oxford: Oxford University Press.

- Jauregui, J. (2017). *Ingeniería constitucional y debilidad de los partidos políticos peruanos en el periodo 2001-2016*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Jerit, J. (2004). Survival of the Fittest: Rhetoric during the Course of an Election Campaign. *Political Psychology*, 563-575.
- Kanashiro, L. (2016). *Debates Presidenciales Televisados en el Perú (1990-2011): una aproximación semiótica*. Lima: Universidad de Lima. Fondo Editorial.
- Kanashiro, L. (2017). Cierres de campaña y el discurso de los candidatos. En F. Tuesta, *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado* (págs. 179-210). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Kitschelt, H., & Wilkinson, S. (2007). *Patrons, Clients and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lanzaro, J. (2001). Tipos de presidencialismo y coaliciones políticas en América Latina. CLACSO.
- Leal, U. (2018). Efectos de la segunda vuelta electoral y de la mayoría relativa simple sobre el sistema de partidos políticos en las elecciones presidenciales en América Latina. *Instituto Electoral del Estado de México*, 59.
- León, C. (2011). Nosotros nos equivocamos menos. Vida, muerte y resurrección electoral de Ollanta Humala. En C. Meléndez, *Post candidatos. Guía analítica de supervivencia hasta las próximas elecciones* (págs. 43-90). Lima: Aerolíneas editoriales.
- Levitsky, S. (2011). El sorprendente giro a la izquierda. Una lectura sobre las elecciones presidenciales del Perú. En C. Meléndez, *Post candidatos. Guía analítica de supervivencia hasta las próximas elecciones* (págs. 21-42). Lima: Aerolíneas editoriales.
- Lijphart, A. (2012). The Quality of Democracy and a "Kinder, Gentler" Democracy: Consensus Democracy Makes a Difference. En A. Lijphart, *Patterns of Democracy. Government Forms and Performance in Thirty-Six Countries* (págs. 274-294). Yale University Press.

- Lipset, S., & Rokkan, S. (1967). *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives*. Nueva York: Free Press.
- Manrique, N. (2009). *"¡Usted fue aprista!". Bases para una historia crítica del APRA*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Masías, R., & Segura, F. (2006). Elecciones Perú, 2006: complejidades y paradojas de una democracia aún vulnerable. *Colombia Internacional*, 96-121.
- McClintock, C. (1998). Electoral competition under the open list proportional representation: Evidence from Peru. *Comparative Political Studies*, 271-292.
- McClintock, C. (2017). Electoral authoritarianism in the Americas: Resilience, retreat, and resistance. *Journal of Democracy*, 142-156.
- McClintock, C. (2018). *Electoral Rules and Democracy*. Oxford: Oxford University Press.
- McClintock, C. (2021). *El impacto de la reforma de la segunda vuelta: Perú en perspectiva comparada*. Lima: ONPE.
- Medeiros, M., & Noel, A. (2013). The Forgotten Side of Partisanship: Negative Party Identification in Four Anglo-American Democracies. *Comparative Political Studies*, 1022-1046.
- Meléndez, C. (2019). *El Mal Menor: Vínculos Políticos en el Perú posterior al colapso del Sistema de Partidos*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Morgan, J. (2011). *Bankrupt Representation and Party System Collapse*. University Park: The Pennsylvania State University Press.
- Mutz, D. (2006). *Hearing the Other Side: Deliberative versus Participatory Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Negretto, G. (2014). Origen y efectos de la reforma de 1994, Una reflexión en torno a la atenuación del presidencialismo. *Revista Argentina de Teoría Jurídica*, 1-7.
- Negretto, G. (2015). Procesos constituyentes y refundación democrática. El caso de Chile en perspectiva comparada. *Revista de Ciencia Política*, 201-2015.

- Negretto, G. (2018). Constitutional-Building processes in Latin America. *Internacional IDEA*.
- Newman, B., & Perloff, R. (2004). Political Marketing: Theory, Research, and Applications. En L. L. Kaid, *Handbook of Political Communication Research* (págs. 17-44). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Norris, P. (2011). *Democratic Deficit. Critical Citizens Revisited*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pérez-Liñan, A. (2008). La reversión del resultado en la doble vuelta electoral: Una evaluación institucional del balotaje. *Miriada*, 9-33.
- Puémape, F., & Jiménez, F. (2017). El sueño de las elecciones internas: la selección de candidatos. En F. Tuesta, *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado* (págs. 41-64). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Roberts, K. (2015). *Changing Course in Latin America: Party Systems in the Neoliberal Era*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rose, R., & Mishler, W. (1998). Negative and Positive Party Identification in Post-Communist Countries. *Electoral Studies*, 217-234.
- Sartori, G. (2005). *Partidos y Sistemas de Partidos*. Colchester: European Consortium for Political Research Press.
- Sosa-Villagarcía, P. (2022). Conservadurismo y radicalización en Lima Metropolitana durante las elecciones de 2021. En F. Tuesta, *Elecciones 2021. Pandemia, crisis y representación* (págs. 329-370). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Tanaka, M., & Vera, S. (2010). Entre la democracia elitista y los personalismos autoritarios: reformas institucionales y gobernabilidad democrática en la región andina. En M. Tanaka, & F. Jácome, *Desafíos de la gobernabilidad democrática* (págs. 339-364). Lima: IEP.
- Tanaka, M., Sosa-Villagarcía, P., & Puémape, F. (2017). ¿Una elección atípica? En F. Tuesta, *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado* (págs. 259-286). Lima: Fondo Editorial PUCP.

- Tarrow, S. (1998). *Power in Movement: Social Movements and Contentious Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tuesta, F. (2017). Elecciones competitivas y resultados imprevistos. En F. Tuesta, *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado* (págs. 11-40). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Tuesta, F. (2017). *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Tuesta, F. (2022). *Elecciones 2021. Pandemia, crisis y representación*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Tuesta, F., & Vásquez, M. (2017). Redes sociales en campaña presidencial. En F. Tuesta, *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado* (págs. 231-258). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Valle-Riestra, E. (2016). PPK 2016: del "sancochado" al "aguadito". En C. Meléndez, *Anti-candidatos: el thriller político de las elecciones 2016* (págs. 87-102). Lima: Editorial Planeta.
- Vega, G., & Augusto, M. C. (2022). Presencia, uso y gestión de las redes sociales en las campañas presidenciales. En F. Tuesta, *Elecciones 2021. Pandemia, crisis y representación* (págs. 263-302). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Vergara, A. (2007). *Ni amnesicos ni irracionales. Las elecciones peruanas de 2006 en perspectiva comparada*. Lima: Solar.
- Welp, Y. (2022). Sin partidos la democracia no funciona; con estos partidos, tampoco. *Nueva Sociedad* 298, 43-54.

## Anexos

Tabla 11

## Especialistas Entrevistados

Nombre	Profesión/Funciones	Fecha de Entrevista
Eliana Carlín	Politóloga, analista e investigadora	5 de octubre de 2023
Enrique Patriau	Politólogo y periodista	28 de setiembre de 2023
Jorge del Castillo	Abogado. Ex congresista y ex Premier	21 de noviembre de 2023
José Godoy	Politólogo, analista e investigador	4 de octubre de 2023
Mercedes Aráoz	Economista y ex vicepresidenta del Perú	2 de octubre de 2023

Fuente: Elaboración propia

