

¿Imposibilidad o error estratégico? La poca competitividad electoral de los partidos políticos peruanos en la última década

Inability or strategic mistake?
The limited electoral competitiveness
of peruvian political parties in the last
decade

Félix Puémape*

Pontificia Universidad Católica del Perú

ISSN: 2219-4142

Puemape, Felix. 2013. «¿Imposibilidad o error estratégico? La poca competitividad electoral de los partidos políticos peruanos en la última década». *Politai: Revista de Ciencia Política*, Año 4, *segundo semestre*, N°7: pp. 119-132.

* Bachiller en Ciencia Política y Gobierno por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Actualmente es pre-docente en esa casa de estudios. Correo electrónico: fpuemape@gmail.com

Resumen:

Las explicaciones sobre la poca competitividad electoral de los partidos políticos peruanos han enfatizado de manera predominante la improbabilidad de que ello se revierta. Sin embargo, cuando cada partido es visto con detalle se puede notar que algunos como el APRA y el Movimiento Fujimorista han desarrollado características más allá de sus líderes, los cuales en determinadas coyunturas, les han brindado una mayor competitividad electoral frente a los demás, como el Partido Popular Cristiano (PPC), por ejemplo. A partir de esta observación, el siguiente artículo argumentará que esta ligera –aunque no menos importante– diferencia en las capacidades competitivas se debe principalmente a las estrategias que han aplicado. Mientras unos han visto en el posicionamiento claro y permanente una forma de ganar competitividad en el mediano plazo, otros han creído que ello reside en la poca presencia en el debate político. Es así que, junto a una explicación voluntarista para entender la poca competitividad electoral de los partidos peruanos, se arriesgará una mirada menos pesimista sobre su futuro.

Palabras clave: Competitividad electoral, partidos políticos peruanos, posicionamiento, APRA, fujimorismo, Partido Popular Cristiano.

Abstract:

Usually, the explanations about the little electoral competitiveness of peruvian political parties have emphasized the unlikelihood that this situation could be reversed. However, when each case is analyzed carefully, we can see that groups like APRA and the Fujimorista Movement have developed some features beyond their leaders which, in certain situations, have provide them a little more electoral competitiveness than others parties, such as the Popular Christian Party (PPC). From this point, the following article argues that this difference in the competitiveness of the peruvian parties is basically for the type of strategies that they have been implemented. While some of them have seen in the permanent positioning a way to be more competitive in the medium term, others have believed that the competitiveness is achieved more quickly when political parties reduce their intervention in political debates. In that sense, this article tested an actor-center explanation to understand the little competitiveness of peruvian parties and also will risk a less pessimistic view of their future.

Keywords: electoral competitiveness, peruvian political parties, positioning, APRA, fujimorismo, Popular Christian Party.

Pensemos que la competitividad electoral de un partido nacional¹ implica que en todas las elecciones —generales y subnacionales— sea capaz de ganar la mayoría de cargos en disputa o, por lo menos, mantenerse en los primeros lugares. A la luz de esta definición, se puede decir que desde el año 2001 los partidos peruanos han sido, en general, poco competitivos. En las elecciones subnacionales su desempeño electoral, en general, ha venido empeorando (Vera 2010; Remy 2011; Tanaka y Guibert 2011) y en las elecciones generales sus votaciones han sido muy bajas o, si en algún momento les han sido favorables, no han mantenido regularidad.

Las explicaciones que se han intentado brindar a ello han reposado en distintos factores. Levitsky y Cameron (2003) proponen que los partidos nacionales, pese a su reaparición en la escena política a inicios de la década pasada, estaban condenados a ser poco competitivos debido a que, por un lado, tras la conquista de derechos básicos y el debilitamiento de las identidades de clase, ya no existían grandes pugnas políticas que pudieran representar —o en las que pudieran posicionarse—. Por otro lado, la popularización de los medios de comunicación masiva como la televisión hizo que a los políticos más competitivos ya no les fueran útiles. Vergara (2007), en cambio, planteó que la poca competitividad de los partidos se debía principalmente a la mala articulación de algunas reformas puestas en marcha durante el gobierno de transición (2000-2001). Según este autor, las premisas de las reformas en materia de descentralización y participación llevaron a que la ley de partidos imponga a los movimientos regionales menos obligaciones en comparación con las que cargó a los partidos, lo cual impidió que estos tengan candidatos atractivos en las regiones².

A partir de estas explicaciones y, luego de confrontar los resultados electorales, de manera general, se creó un consenso implícito respecto a que era muy difícil que los partidos ganaran competitividad. Incluso se empezó a dudar del partido que por años fue considerado como el más competitivo del país, el APRA (Meléndez 2007: 228-229). Explicaciones menos pesimistas como la de Kenney (2003) fueron tempranamente puestas en duda y sus enfoques —centrados en la agencia política— postergados. Debido al surgimiento de grupos políticos regionales exitosos como Nueva Amazonía en San Martín o Alianza por el Progreso en Trujillo, los autores con interés en las organizaciones políticas trasladaron su mirada a ellos. En principio, con un afán exploratorio y, posteriormente, a la luz de sus hallazgos, buscando pensar lo nacional desde lo subnacional.

En ese sentido, De Gramont (2010) argumentó que la poca competitividad de los partidos en las regiones se debía a su incapacidad de atraer a candidatos competitivos por el alto desprestigio que tenían. Así, a pesar de que es más costoso invertir en una organización propia que entrar a un partido, según la autora, los políticos locales preferían lo primero. En cambio, para Zavaleta (2012) los partidos nacionales son poco competitivos en la arena subnacional porque no poseen recursos administrativos ni ideacionales —o, en su defecto, poseen muy pocos—. Este factor sería, más bien, el que no les permite atraer y mantener candidatos competitivos. Actualmente esos recursos son poseídos por individuos que, incentivados por los costos de transacción que acarrea una militancia partidaria y por los marcos de referencia regionales que ha creado la descentralización, normalmente prefieren unirse en alianzas coyunturales a las cuales llaman coaliciones de independientes o en partidos regionales.

Pese a la utilidad de todas estas explicaciones, han perdido de vista que aunque todos los partidos han sido poco competitivos en la arena electoral, algunos han seguido compitiendo en los primeros lugares de forma esporádica pero con mejor suerte que los demás. Por ejemplo, en el siguiente cuadro se puede notar claramente la persistencia competitiva del APRA.

1 En el Perú, la ley de partidos políticos clasifica las organizaciones políticas en tres tipos, de acuerdo a su alcance: los partidos políticos (nacionales), los movimientos regionales y las organizaciones políticas locales (provinciales y distritales).

2 Es menester mencionar que en diciembre del 2009 se modificó la LLP, lo cual igualó proporcionalmente los requerimientos de los partidos regionales a los nacionales (Zavaleta 2012: 20)

Cuadro 1. Primeros lugares en las elecciones peruanas durante el periodo 2001-2011

	Elecciones Generales 1er y 2do lugar	Elecciones Regionales 1er y 2do lugar	Elecciones Provinciales 1er lugar
APRA	2	29	60
Partido Nacionalista	2	3	10
Movimiento Fujimorista	1	3	6
Perú Posible	1	8	17
Somos Perú	0	3	33
Alianza para el Progreso	0	3	22
Izquierda	0	3	0
Partido Popular Cristiano (PPC) - Unidad Nacional	0	2	17
Acción Popular	0	1	27
Restauración Nacional	0	1	12
Partido Humanista	0	1	0

Elaboración propia sobre la base de la información consignada en Infogob y ONPE.

También se puede notar, aunque en menor medida, la persistencia competitiva del Partido Nacionalista, de Perú Posible y del Movimiento Fujimorista. Sin embargo, en el caso de los dos primeros, sus éxitos en el ámbito subnacional estuvieron circunscritos básicamente a una sola elección (2006 en el primer caso y 2002 en el segundo) y, en el ámbito nacional, a la figura de sus líderes. En cambio, en el caso del fujimorismo, aunque en lo subnacional sus votaciones fueron, en general, minoritarias, han tendido a un progresivo crecimiento (Tanaka y Guibert 2011: 19-20, Remy 2011). Asimismo, en el ámbito nacional han logrado seguir compitiendo sin su líder. En el 2006 su candidata presidencial, sin apellidarse Fujimori ni tener carisma, obtuvo el 7% de los votos, superando al expresidente del gobierno de transición Valentín Paniagua.

Así, aunque en la última década el APRA y el fujimorismo indudablemente se han visto afectados por los problemas señalados en la literatura precedente, han logrado –en diferentes grados– seguir compitiendo electoralmente un tanto más que los demás partidos como el PPC, por ejemplo, y en muchos casos sin necesidad de recurrir a sus líderes. A partir de esta observación, lo que este artículo propone es tratar de entender la poca competitividad electoral de los partidos políticos peruanos a la luz de estos tres casos. Habiéndose utilizado previamente enfoques históricos, institucionales y organizacionales para responder a esta pregunta, en las siguientes líneas se intentará hacerlo a través de un enfoque centrado en la agencia política.

La competitividad electoral de los partidos en el Perú: agencia e identidad política.

¿Cómo se compete electoralmente en el Perú?

Permanentemente se ha considerado que los políticos peruanos no están vinculados con la ciudadanía de forma programática dado que, supuestamente, el debate ideológico se ha agotado; ni de forma clientelar, porque no han existido las organizaciones ni los recursos que hacen po-

sible ese tipo de vínculo³. Por ello, se ha tendido a pensar que la única fuente de competitividad han sido los líderes de cada grupo (Levitsky y Cameron 2003; Muñoz 2010) y que a partir de ahí se explicaría, en parte, la poca competitividad electoral de todos los partidos.

En los últimos años, diversos autores han estudiado la competitividad de las organizaciones políticas bajo otras premisas. En el ámbito subnacional, Zavaleta (2012) se enfocó en buscar lo que estaba detrás de los líderes regionales, es decir, el o los factores que, más allá de su carisma, potenciaban su competitividad. Encontró que su competitividad residía en el dominio de recursos estatales, en la posesión de una empresa privada, de un medio de comunicación y en el ser o tener un operador político (Zavaleta 2012: 27). Según el autor, en un contexto en el que los partidos no tienen recursos administrativos, estos factores funcionan como sustitutos partidarios y les permiten a los líderes poder competir sirviéndoles como soportes logísticos, financieros y simbólicos para sus campañas. Aunque este trabajo es sobre política subnacional, brinda pistas sobre los medios que los políticos en todos los ámbitos podrían usar para competir.

Así, se podría entender que los factores que definirían la mayor o menor competitividad de los partidos en el Perú serían el tener un líder carismático –o con un carisma heredado (Navarro 2011)– o políticos con sustitutos partidarios. O ambos. Sin embargo, sin desechar estos argumentos, a partir de estudios de caso recientes sobre los partidos que han logrado una mayor competitividad frente a los demás en la última década (Cyr 2011; Urrutia 2011a). En el presente artículo se considerará que poseer recursos propios como un voto duro y una organización de base son cruciales para definir los niveles de competitividad electoral de los partidos políticos peruanos, dado que permiten mantener una bancada pequeña pero influyente, disputar cargos en contextos subnacionales y poder competir en una segunda vuelta de una elección nacional.

Competitividad partidaria: Voto duro y organizaciones de base

En un contexto en el que gran parte de los partidos casi no tiene recursos (Zavaleta 2012), existen altos niveles de volatilidad (Sánchez 2009) y problemas de acción colectiva (Meléndez 2012b). Poseer un grupo fijo de electores que en la mayoría de elecciones vote – pese a malos desempeños gubernamentales o a malos candidatos, por un mismo partido, voto duro, y por una militancia organizada espontáneamente en más de una región del país con capacidad de movilización e intermediación política, organización de base, – brinda una ventaja competitiva.

Desde su origen el APRA ha sido considerado como el partido más enraizado del Perú. Esa percepción fue reforzada cuando en las elecciones presidenciales de 1990, pese a lo desprestigiado que estaba por la crisis económica y política en la que vivía el país y con un candidato gris, sacó el 22% de los votos. Sin embargo, algunos analistas e investigadores anotaron que, dado que para las elecciones presidenciales de 1995 y del 2000 obtuvo 4% y 1% respectivamente (Vergara 2011: 60), el voto duro aprista era un mito que la realidad se había encargado de derrumbar.

Aunque es poco probable que el voto duro aprista equivalga a un tercio del voto nacional como antes se pensaba, también es equivocado equipararlo con los demás partidos que sufren con más dureza los efectos de la fuerte volatilidad electoral que todavía persiste en el sistema político peruano pese a recientes indicios de una lenta estabilización (Meléndez 2012a: 9-11). Si bien en las elecciones presidenciales de los años noventa, el APRA fracasó estrepitosamente, le fue mejor en las elecciones parlamentarias. En 1995 sacó el 6.4% de los votos y en las del 2000, supuestamente su peor desempeño electoral, sacó 5.5%. Estos resultados pueden ser vistos como

3 Quizá uno de los pocos casos que lo ha logrado es el del partido Alianza para el Progreso del empresario educativo César Acuña. Sin embargo, los estudios sobre este grupo todavía son exploratorios (Meléndez 2011a)

ridículos pero si se comparan, por un lado, con los del PPC que en el 2000 no participó por no haber pasado el umbral electoral en 1995 y, por otro lado, con el 3.3% y 2.5% de Acción Popular en 1995 y el 2000 respectivamente resultan siendo significativos.

Sus resultados en la última elección parlamentaria (6.3%), vistos en comparación con los de los años noventa, llevan a pensar que este partido tiene un voto duro de entre 5 y 6%. Esto no es poca cosa considerando que, hoy en día, ninguno de los demás partidos nacionales lo tiene, salvo el fujimorismo.

Tras el escándalo de corrupción que obligó a renunciar al expresidente Alberto Fujimori en el 2000, la gran mayoría de analistas creyó que el fujimorismo sucumbiría. La votación parlamentaria que recibió en el año 2001 (4.8%) pareció ratificar ese punto de vista. Sin embargo, grande fue la sorpresa cuando, para las elecciones del 2006, su candidata obtuvo el 7% de los votos y la lista parlamentaria el 13.1%, a casi siete puntos del APRA y dos del PPC, partidos con candidatos presidenciales competitivos y con menos anticuerpos. Posteriormente, durante la campaña electoral del 2011, mientras que las intenciones de voto de todos los partidos fluctuaban semanalmente, la candidata fujimorista se mantuvo estable alrededor del 20%.

Todo esto llevó a pensar que el fujimorismo tiene un voto duro que, sobre todo para la última elección presidencial, le permitió a su candidata pasar a la segunda vuelta (Urrutia 2011: 93) Si bien podría ser un tanto exagerado pensar que este está por el 20% o, incluso, por el 13% dado que en ambos resultados está involucrada Keiko Fujimori como candidata y como cabeza de lista al Congreso respectivamente, es más realista pensar que el voto duro fujimorista se encuentra en el 7% de las presidenciales del 2006. Pese a ello, como ventaja competitiva no es menos importante.

La existencia de un voto duro en el fujimorismo y el APRA también es posible verla por medio de la coherencia en la intención de voto para todos los cargos en disputa en el país que ambos partidos poseen. En una encuesta que Meléndez (2012a) realizó sobre el tema, encontró que solo estos dos partidos tenían esa característica mientras que otros como el nacionalismo, Perú Posible y el PPC, no la tenían (2012a: 20).

Pero, además de voto duro, ambos partidos también han logrado desarrollar organizaciones de base que les han permitido tener una capacidad de movilización electoral, si bien no masiva, al menos ventajosa para ganar elecciones en el Perú. Pese a que algunos autores como Meléndez (2007) y Vergara (2011) describieron a la organización aprista como debilitada, otros como Cyr han sostenido que, pese a las dificultades, el APRA tiene una organización territorial activa que, aunque no ha crecido, se mantiene (Cyr 2011: 223). Luego de recoger las declaraciones de uno de los diseñadores de las dos últimas campañas de Alan García, Hugo Otero, esta autora aduce que la organización aprista ha sido importante para la competitividad electoral del partido porque:

«Un candidato presidencial no logra ser elegido presidente haciendo campaña exclusivamente en Lima; necesita mostrar la cara en otras partes del territorio –en la selva, el norte, y, sí, hasta en el sur del país–, donde un candidato, como es el caso de Alan García en el 2001 y el 2006, pueda utilizar los recursos y las personas que ya existen en las localidades partidarias. Es mucho más fácil elaborar las actividades diarias de la campaña, como las de colgar afiches, pintar paredes y organizar mítines con el candidato (Cyr 2011: 203)

Además, cuenta que la organización aprista ha desarrollado esas capacidades en buena parte porque durante los años noventa el APRA, como mecanismo de sobrevivencia electoral ante su poca aceptación en el ámbito nacional, se replegó a competir en espacios subnacionales a lo largo del país y con cierto éxito (Cyr 2011: 201). Esto permitió que los cuadros apristas de

base ganaran experiencia en el arte de la competencia y garantizó la formación de eficientes operadores políticos para las campañas electorales, algo de lo que otros partidos han adolecido (Vera 2011). Por todo esto, Cyr distingue las capacidades organizativas del APRA frente a la debilidad en esta materia tanto de Acción Popular como del PPC (Cyr 2011: 203).

En el caso del fujimorismo, la importancia de su organización se puede apreciar con mayor claridad desde el 2000, año en el que sus dispersos simpatizantes decidieron organizarse. Pese a que los primeros grupos fujimoristas nacieron con la finalidad de defender el legado de Alberto Fujimori, resultaron siendo muy importantes en las campañas electorales. Dongo (2009) relató como un grupo de militantes fujimoristas de base llamados «los ángeles de Keiko» fueron los puntales de la exitosa campaña de la ex primera dama al Congreso en el 2006. Por otra parte, en el 2010, también las bases fujimoristas –especialmente los llamados «comandos del chino» – recolectaron en tiempo record un millón de firmas, muchas más de las que pide la ley, para la inscripción del nuevo grupo de esta colectividad, Fuerza 2011 (Urrutia 2011: 110).

Sin embargo, como advierte Urrutia, para ver la competitividad del fujimorismo también es importante ver su conexión con las redes de las organizaciones sociales de base que componen las madres de los comedores populares –relacionadas con el fujimorismo desde que este fue gobierno y, especialmente, durante la última campaña electoral por intermedio de sus operadores políticos– dado que estas le han permitido recuperar su implantación social y territorial entre los más pobres del país (Urrutia 2011: 108) Para la autora, estas redes explican el voto duro de 20% y el consiguiente pase a segunda vuelta en las elecciones presidenciales del 2011.

El voto duro y las organizaciones de base han sido cruciales para la competitividad electoral del APRA y del Movimiento Fujimorista por la ventaja que les ha permitido desarrollar respecto de los demás partidos. Sin embargo, el origen de ambas características se encuentra en la fuerte identidad política que poseen (Cyr 2011: 204-211; Urrutia 2011: 103-106). Siguiendo la pista sobre el motor de la competitividad electoral, cabe preguntarse sobre lo que origina tales identidades.

Agencia e identidad política

Según Lupu (2011) una identidad política es un vínculo fuerte con un estereotipo partidario. Este vínculo es construido tanto por una identificación percibida con los valores del estereotipo como por una diferenciación percibida con grupos que tienen valores opuestos (2011: 228). En ese sentido, toda identidad política está formada especialmente por una pugna social, económica y/o política. En la academia hay dos posiciones sobre el origen de las pugnas políticas.

Por un lado, se señala que estas se originan por procesos histórico-estructurales únicos e irrepetibles y de forma casi mecánica, y son los actores políticos los que tienen que adaptarse a ellas y representar las posiciones que conllevan. Los principales exponentes de esta posición fueron Lipset y Rokkan (1967). Ambos plantearon que las divisiones que dan origen a los partidos y a los sistemas de partidos –y, por ende, también a las pugnas e identidades políticas, a las cuales llamaron clivajes– son producto inmediato de conflictos gatillados por factores históricos (formación del estado nación) y económicos (revolución industrial) propios de todas las sociedades en determinados momentos de su desarrollo. Así, los clivajes sociales, cuando se politizan tienden a enraizarse por generaciones y, por lo tanto, a generar identidades políticas que perduran en el tiempo incluso cuando el conflicto original ha desaparecido (Mainwaring y Torcal 2003: 55).

Sin embargo, se notó que no todos los conflictos socioeconómicos tendían a politizarse de manera automática ni de la misma forma, sino que lo hacían solo cuando las élites políticas decidían profundizar unos más que otros en distintos momentos. Autores como Przeworski y Spra-

que (1986) propusieron que las pugnas e identidades políticas eran producidas principalmente por la agencia de los actores quienes, aprovechándose de las condiciones socioeconómicas, las creaban, desarrollaban, transformaban y hasta desaparecían a través de sus estrategias electorales, discursos, políticas públicas, plataformas electorales o la sola interacción entre ellos. También notaron que muchos de los conflictos podían ser netamente políticos. Por ejemplo, Mainwaring y Torcal (2002) mostraron como en Chile la pugna en torno entre quienes apoyaban el legado del gobierno de Augusto Pinochet (1973-1990) y quienes lo rechazaban desplazó el principal conflicto de ese país, es decir, la tradicional pugna religiosa entre liberales y conservadores.

En el caso peruano, si bien las autoras que han estudiado al APRA y al Movimiento Fujimorista no mencionaron que las pugnas que los originaron hayan sido creadas por actores políticos, sí lo hacen con respecto a la necesidad de los actores políticos para que estas identidades sigan desarrollándose (Cyr 2011: 222; Urrutia 2011: 104). Sin embargo, para que el enfoque de actores se aplique a la creación y desarrollo de pugnas e identidades políticas, tiene que haber un espacio que no esté representado y que permita a los actores políticos posicionarse clara y permanentemente para formarlas. Notando que en la última década han existido en el Perú pugnas políticas dispuestas a ser politizadas —lo cual se pasará a argumentar—, se dará un enfoque centrado en la agencia política para explicar la aparición y desarrollo —o desaparición— de identidades políticas y, a partir de ahí, la poca competitividad electoral en los partidos nacionales peruanos.

Estrategias competitivas de los partidos políticos peruanos: los casos del APRA, el Movimiento Fujimorista y el Partido Popular Cristiano (PPC)⁴

Contexto político en la última década: modelos económicos y políticos en pugna

Carrión (2001) argumentó que las elecciones presidenciales del 2001 se basaron en la personalidad de los candidatos. Sin embargo, en las elecciones del 2006, Vergara (2007) notó la existencia de dos ejes en el voto: uno de carácter económico y otro de carácter institucional en torno a los cuales se configuraba otro más de carácter sociocultural. Dados los resultados de las elecciones del 2011, no es descabellado pensar que durante casi toda la última década los dos primeros ejes han determinado en buena medida el debate político del país y las preferencias políticas de una parte de la ciudadanía.

El aparente consenso en torno a las bondades de una economía de libre mercado, desarrollada desde los años noventa y legitimada por la superación de la crisis económica de los ochenta, parecía invulnerable hasta los primeros años de la década pasada. Sin embargo, en un contexto de pluralismo político y crecimiento económico, la debilidad institucional del país propició que fuera acumulándose en varios sectores de la ciudadanía, principalmente de fuera de Lima, un creciente malestar frente a la inversión privada que tuvo sus máximas manifestaciones en multitudinarias protestas. Sectores de izquierda que habían perdido su capacidad de influir en el diseño de políticas públicas, vieron en esa creciente insatisfacción una oportunidad para reinstalar una agenda centrada en una mayor intervención del estado en la economía.

Aunque inicialmente la falta de un vocero con amplia llegada no les permitió incluir en la agenda política el debate sobre el modelo económico imperante, en el 2006 el posicionamiento exitoso del comandante retirado Ollanta Humala como el candidato de quienes no se sentían beneficiados por el modelo económico logró que en adelante las voces críticas al libre mercado fue-

⁴ Se incluye el caso del PPC por ser un caso típico de poca competitividad electoral. La información recogida sobre este partido se basa en la investigación del autor de este artículo para su tesis de pregrado.

ran más tomadas en cuenta. A su vez, ello provocó que los partidarios del modelo reaccionaran defendiendo sus logros. Esta dinámica generó una pugna que se ha tendido a visibilizarse en las últimas campañas electorales (2006 y 2011), conflictos sociales y debates sobre políticas públicas.

Por otro lado, también a inicios de la década pasada, ante el polémico desplome del pragmático gobierno de Alberto Fujimori, las grandes manifestaciones en su contra y la constante pedagogía política que algunos políticos, medios de comunicación y la sociedad civil hicieron sobre la importancia del respeto a las instituciones políticas en el accionar político, parecía haberse conseguido un consenso en torno al institucionalismo como modelo político a seguir. Si bien es cierto que en tiempos recientes las prácticas políticas no institucionalizadas han venido siendo rechazadas con más dureza, su mal funcionamiento en la solución de los problemas de la ciudadanía hizo que el pragmatismo y su máxima de «el fin justifica los medios» siguieran teniendo eco.

Así, en las elecciones del 2006, grupos críticos con la institucionalidad vigente como el fujimorismo y el nacionalismo obtuvieron gran aceptación. Es desde ahí que la pugna entre sectores institucionalistas y pragmáticos se ha vuelto a desarrollar en distintas coyunturas. Por ejemplo, en los debates sobre como enfrentar a la subversión y a la delincuencia común, sobre la valoración de los delitos de corrupción o en hechos más puntuales como la condena al ex presidente Fujimori a 25 años de prisión y el proceso de revocatoria a la alcaldesa de Lima Susana Villarán.

El posicionamiento del APRA, el Movimiento Fujimorista y el PPC en el contexto político

Ante este contexto, solo el APRA y el Movimiento Fujimorista se posicionaron clara y permanentemente mientras que los demás partidos como, por ejemplo, el PPC, no lo hicieron. Desde el 2001 hasta el 2006 el aprismo apostó por volver hacia su identidad de centro-izquierda y del 2006 en adelante ensayó más bien una identidad pragmática moderada. Por su parte, el fujimorismo reforzó durante toda la década pasada su identidad pragmática más profunda. En cambio, el PPC, aunque tenía una orientación de centro derecha e institucionalista, optó por ocultar cualquier apuesta programática.

Desde el 2001, si bien Alan García tendió puentes con sectores empresariales prometiendo no cometer los excesos del pasado, mantuvo estratégicamente una agenda progresista. A tono con el clima de insatisfacción que se empezaba a manifestar en distintas partes del país, el APRA participó en todas las jornadas de protesta convocadas por la Central General de Trabajadores del Perú (CGTP) contra la política económica del gobierno de Alejandro Toledo y, a partir de ahí, tendió puentes con la dirigencia de partidos como Patria Roja. En esa línea, criticó constantemente a la lideresa del PPC, Lourdes Flores, por su defensa del modelo de libre mercado. Asimismo, abogó persistentemente por una mayor intervención del Estado para la protección de los derechos laborales y para solucionar los problemas del campo y de las zonas urbano-marginales. De ahí que tres de sus más celebres propuestas de gobierno para la elección del 2006 hayan sido la eliminación de las *services*, el programa Sierra Exportadora y el condicionamiento a la firma del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos.

Posteriormente, cuando ya estuvo en el gobierno viró hacia posiciones más conservadoras en lo económico. Muchos señalaron eso como una claudicación. Sin embargo, es importante recordar que el APRA es un partido, antes que izquierdista, pragmático. Puede ser de derecha o de izquierda, tesis del espacio-tiempo histórico, puesto que su objetivo principal es llegar al poder, sea para aliviar las necesidades de los más necesitados o por ambición personal de sus líderes. Por eso no le importan los medios sino los fines. No es tan pragmático como el fujimorismo dado que, a la luz de las persecuciones que ha sufrido, ha aprendido a reconocer la utilidad de las ins-

tituciones políticas primordiales, los partidos políticos y la Constitución, pero si tiene posiciones ambiguas en temas como la ética pública o la defensa de los derechos humanos. Por ello, a partir del 2006 ha coincidido en varias ocasiones con el fujimorismo y ha entrado en pugna permanente con sectores institucionalistas, muchos de los cuales, provenientes de la sociedad civil, criticaron iniciativas gubernamentales tales como la pena de muerte, el acoso a las ONGs, la cercanía a las iglesias cristianas y los supuestos excesos en el control de protestas sociales, entre otras.

Con respecto al fujimorismo, la búsqueda de la exculpación al expresidente Alberto Fujimori de todos los delitos que se le imputaban se terminó convirtiéndose en una defensa de su legado, el cual es un programa político pragmático (Urrutia 2011b) que fue defendido tanto en los medios de comunicación como en las calles. Así, durante la primera mitad de la década pasada, el publicista del expresidente, Carlos Raffo, tuvo un programa en Radio Miraflores llamado «La hora del Chino» orientado a ensalzar el legado de Fujimori. El posicionamiento fujimorista también se realizó en las calles. Los grupos fujimoristas de base realizaron actividades de propaganda en zonas pobres mientras que los grupos de choque acosaron a activistas de derechos humanos, siendo el hecho más visible, dado que tuvo repercusión mediática, el ataque al monumento «el ojo que llora», símbolo de este tipo de causas. El regreso del fujimorismo al Congreso en el 2006 con Keiko Fujimori a la cabeza y el juicio al expresidente en el Perú contribuyeron aún más durante la segunda mitad de la última década al posicionamiento del grupo en torno a una identidad política eminentemente pragmática.

En cambio, pese a que el PPC tenía todas las condiciones para posicionarse en alguno de los ejes de debate mencionados dado que había defendido durante la última década la democracia representativa desde su nacimiento y había abogado por los beneficios del libre mercado desde la época del gobierno militar (1968-1980), no lo hizo. Ante gran parte de las críticas del líder del APRA, la lideresa del PPC decidió no responder. Y si bien este partido lanzó dos propuestas de gobierno, Un país, dos estrategias (2008) y Progreso para todos (2009), y se pronunció sobre el gobierno de Alan García en sus dos primeros años, ninguna de estas iniciativas tuvo gran rebote en la opinión pública. De esa manera, aunque sus principales líderes sostenían la importancia de la democracia y el libre mercado, priorizaron sus propias actividades y no defendieron permanentemente la primacía de estas ideas en un contexto que se venía polarizando en torno a ellas. A tal punto llegó el vaciamiento ideológico que, en un plenario partidario del 2008, el secretario nacional de doctrina de ese entonces mencionó:

...he preguntado a muchos de los que están aquí, de los que están acá, ¿Cuáles son las principales ideas bandera, emblemáticas, que defiende el PPC hoy? Díganme tres. No las tenemos. O todos responden mil cosas diferentes. Entonces es momento, es momento hoy que no hay elecciones, que no hay candidaturas, que no hay cargos en disputa, para que empecemos a hacer una revisión esforzada y escrupulosa de nuestras ideas

Estrategias de competitividad del APRA, el Movimiento Fujimorista y el PPC

En la última década las élites partidarias del APRA, el Movimiento Fujimorista y el PPC han ideado distintas formas de acercarse a la ciudadanía para procurar su apoyo. Sin embargo, estas se han desarrollado de distintas formas y bajo distintas premisas. Por ejemplo, mientras los dos primeros partidos optaron por posicionarse en la coyuntura política pensando en conquistar un voto duro o militante y forjar una organización de base funcional, el PPC optó por no entrar en pugnas políticas para no encasillarse en un tema o sector social para poder atraer el mayor número de electores.

Como ya se adelantó, con el afán de defender a su líder más que por una estrategia pensada desde un inicio, el fujimorismo se posicionó en la escena política defendiendo una agenda política pragmática. Cuando no tuvo aspiraciones presidenciales serias, no existió contradicción entre su posicionamiento y su competitividad electoral. Pedir la liberación de Alberto Fujimori y abogar por su legado era políticamente rentable para conseguir una bancada pequeña pero influyente en el Congreso. Sin embargo, cuando se planteó la candidatura presidencial de Keiko Fujimori y fueron consientes que necesitaban más votos que los de sus simpatizantes para ganar, su élite partidaria enfrentó al dilema, aún no resuelto, de «desfujimorizar» a la candidata o seguir recurriendo al voto duro. Sin embargo, antes de la primera vuelta se optó estratégicamente por lo segundo:

[...] frente al debilitamiento de candidaturas como la de Luis Castañeta Lossio y Alejandro Toledo, además de la disputa por votos entre sus dos organizaciones y Alianza por el Gran Cambio, el fujimorismo entendió que su ventaja residía en un fuerte voto duro. Por lo cual, se empezó a utilizar públicamente las imágenes de la memoria fujimorista (Urrutia 2011: 111).

A su vez, la memoria fujimorista, forjada en base a un posicionamiento permanente, permitió además la homogenización de las bases del partido (Urrutia 2011: 104). A diferencia del fujimorismo, todo parece indicar que en el APRA sí ha tenido mucho más clara la importancia del posicionamiento político alrededor de una parte específica del electorado para la competitividad electoral. Esto ha sido notado por algunos autores. Por ejemplo, con respecto a las elecciones del 2006, Vergara (2007) mencionó que «la primera y fundamental razón por la que [Alan] García ganó [en el 2006] es porque se ubicó como el único candidato que representaba las dos preferencias fundamentales del electorado en la primera vuelta: la legalista y la intervencionista» (Vergara 2007: 23)

Después de haber abandonado las menciones a un mayor intervencionismo en la economía después del 2006, y el haber apoyado más recientemente la revocatoria a la alcaldesa de Lima, Susana Villarán se pueden considerar también como medidas para un posicionamiento estratégico. En ese sentido, la siguiente declaración del congresista aprista Mauricio Mulder en una entrevista es reveladora

- ¿Para que se van a desgastar en Lima si tienen que poner a Alan [García] en el 2016?
- Mulder: Es que, entonces... ¿tú nunca has militado en un partido político?
- No, nunca, nunca.
- Mulder: Por eso, pues, me haces esas preguntas. Desgastar. Los partidos políticos nos desgastamos cuando no hacemos nada. Cuando estamos cerrados con la puerta y esperamos el día de las elecciones para poder decir ¡acá estoy! No, los políticos tenemos que trabajar todos los días⁵.

Mientras que muchos le recomendaban que no se desgaste en una campaña en la que no tenía ningún interés aparente —el APRA no tiene regidores en la municipalidad de Lima ni candidato con interés en ese puesto— y en la que podía perder potenciales electores, su élite partidaria decidió que lo mejor era intervenir en la campaña apoyando la revocación de la alcaldesa y sus regidores para mantener movilizadas a sus bases y posicionarse, dado que esta iniciativa sí era

5 Extracto de la entrevista de la periodista Rosa María Palacios a Mauricio Mulder con respecto a la intervención del APRA en el proceso de revocatoria a la alcaldesa de Lima Susana Villarán. Programa #Esnoticia. 27 de Enero del 2013. <http://www.youtube.com/watch?v=1SQFk6NE1h0> (Min 02:28)

muy popular en sus inicios, como un partido que atiende las demandas del pueblo, sean cual sean. Esto fue para consolidar su nueva identidad pragmática moderada.

En el PPC también se diseñó una estrategia para ganar votos pero no consistió en posicionarse en el contexto político y entrar en pugnas políticas, sino en alejarse del debate político y priorizar la cercanía con los ciudadanos de menores recursos a través de ayuda social y de conversatorios⁶. Cuando se le preguntó al actual presidente del PPC Raúl Castro, quien fue secretario general durante el periodo 2007-2011, por qué no se posicionaron, contestó:

En una etapa no electoral la polarización no lleva a nada. Lleva a un desgaste porque, como bien decía [Fernando] Belaúnde, en épocas no electorales la comba destruye y en épocas electorales la lampa recoge [...] Entonces, que otro haga el trabajo de demolición y un tercero se aprovecha que han demolido al favorito o al oficial y otro es el beneficiado. Porque el Perú no vota en elecciones por quien ha hecho el trabajo de fiscalización y de polarización en épocas no electorales. Esa es la historia monda y lironda de la política en el Perú⁷

Durante los años ochenta, el PPC sí se posicionó permanentemente defendiendo el modelo de libre mercado frente a las iniciativas estatistas del APRA y de la Izquierda Unida, y se ganó así el apoyo militante de sectores de clase media y alta y logró consolidar una organización pequeña pero funcional⁸. Sin embargo, en reflexiones recientes, las votaciones que obtuvo en esa época fueron consideradas insuficientes. Debido a esto y a la creencia de que la gente ya no votaba por ideas, la élite partidaria pepecista adoptó una estrategia «atrapatodo» de origen europeo que propició la desideologización para poder captar a un mayor número de adherentes.

Conclusiones

En el presente artículo, pese a que se ha partido de la premisa que, por razones históricas, institucionales y organizacionales, todos los partidos políticos peruanos son poco competitivos, se ha notado que algunos todavía logran competir en distinta medida. Es así que para explicar los distintos niveles de competitividad y entender con mayor precisión lo que puede estar detrás de su poca competitividad, se ha optado por observar las estrategias competitivas del APRA, el Movimiento Fujimorista y el PPC. De ahí que se concluya que es probable que haya partidos que son menos competitivos porque sus élites partidarias no los han posicionado clara y permanentemente en el debate político y, más bien, han adoptado una estrategia atrapatodo.

En el Perú ha sido común pensar que el posicionamiento permanente no sirve para la competitividad electoral pues tiende a acotar el número de votantes potenciales. Por eso, cuando un partido ha buscado polemizar sobre el modelo económico o político, ya sea para defenderlo o atacarlo, se ha tendido a decir que corre el riesgo de desgastarse. De ahí también que la gran mayoría de ellos han priorizado vínculos neoclientelares y personalistas⁹. Sin embargo, mientras

6 Entre las medidas que en los últimos años y en diversos momentos el PPC implementó se encuentran las mesas de trabajo de alto nivel, las bibliotecas populares, las polladas pro colegio, el apoyo a los comedores populares, las popuclínicas, el voluntariado socialcristiano, la patrulla juvenil, las redes de conciencia ciudadana y de acción por el bien común.

7 Entrevista personal a Raúl Castro, presidente del PPC 2011-2015. Abril del 2012

8 Como mudos testigos del posicionamiento permanente del PPC en la opinión pública durante esa época están las compilaciones de sus pronunciamientos en los medios (PPC 1989 y PPC 1990)

9 Se habla de vínculos neo clientelares porque si bien ha habido intención de intercambiar votos por bienes materiales, no ha existido una organización que haya vigilado que el intercambio se cumpla efectivamente. Sobre las estrategias competitivas de partidos peruanos como Solidaridad Nacional y Perú Posible, ver Meléndez (2011-b) y Vera (2011) respectivamente. Sobre los vínculos políticos, ver Kitschelt (2000)

que para construir los primeros vínculos se necesita tener una organización grande y permanente (Stokes 2007), la cual ninguno tiene porque no ven necesario construir organizaciones; para construir los segundos se necesita disponer de un conjunto de líderes competitivos, que tampoco ninguno tiene porque son personalistas, pero se ha olvidado que para los últimos solo se necesita un contexto propicio que, como ya se ha explicado, en los últimos años sí hubo, y voluntad política para politizarlo como en los casos del APRA y el fujimorismo.

Al pensar en como podrían ser competitivos, es probable que, como el caso del PPC, muchas de las élites partidarias hayan tenido en mente una estrategia atrapado, buscando captar al mayor número de votantes atenuando su contenido programático. Sin embargo, en un contexto de alta volatilidad política e incapacidad para agregar intereses, a la luz de los casos del APRA y del Movimiento Fujimorista, es posible que lo ideal para ganar competitividad sea asegurar un segmento del electorado que, posteriormente, a través de otros vínculos políticos, pueda ser incrementado. Ello solo se puede conseguir, como se ha repasado, a través del posicionamiento claro y permanente en la coyuntura política por parte de las élites partidarias¹⁰. Así, se garantiza la aparición de una pugna política y de una identidad política enraizada, la cual a su vez permitiría la formación de ventajas competitivas frente a los demás partidos como lo son el tener un voto duro y una organización de base.

Una estrategia atrapado puede ser beneficiosa para los partidos en contextos como el peruano solo cuando se requiere en una sola ronda el 50% más uno de los votos –segunda vuelta o consultas populares– o cuando es aplicada para contribuir al crecimiento electoral de partidos que tienen previamente una identidad política enraizada en una parte de la ciudadanía. A través del caso del PPC se puede ver como su aplicación a grupos con identidades políticas débiles o inexistentes que además no pueden establecer otro tipo de vínculos políticos, termina brindándole más oportunidades de competir a partidos con identidades políticas fuertes. Lo que es bueno en algunos contextos no necesariamente es bueno en otros.

Como se ha mencionado en un principio, al existir partidos que, pese a tener muchos elementos en contra, siguen compitiendo un poco más que los demás lleva a ser menos pesimista. Sin embargo, no se puede ser optimista porque, como se ha planteado, en buena cuenta estos dependerían de las decisiones de sus élites partidarias. En ese sentido, lo que este artículo busca es contribuir al debate sobre las estrategias que estas podrían poner en marcha para fortalecer sus grupos.

Referencias

- Carrión, Julio. 2001. «Las Elecciones Peruanas de 2001: Desmantelando la herencia autoritaria». *Reflexión Política*, año 3, N° 6, pp.1-12
- CYR, Jennifer. 2011. «¿Por qué el APRA no muere?» *Post-candidatos: guía analítica de supervivencia hasta las próximas elecciones*. Comp. Carlos Melendez, Lima: Mitin y 50+1, pp. 197-226.
- De Gramont, Diane. 2010. «Leaving Lima behind? The victory and evolution of regional parties in Peru» Tesis de pregrado. Universidad de Harvard.
- Dongo, Paola. 2009. «Keiko Fujimori. La dama del presidente» *Yo presidente. Cinco Políticos en su ruta al poder*. Lima: Planeta, pp. 55-95
- Kenney, Charles. 2003. «The death and re-birth of a party system, Peru 1978-2001» *Comparative Political Studies*, vol. 36, N° 10, pp. 1210-1239.
- Kitschelt, Herbert. 2000. «Linkages between Citizens and Politicians in Democratic Politics» *Comparative Political Studies*, vol. 33, No. 6/7, pp. 845-879.
- Hanson, Stephen. 2010. *Post-Imperial Democracies Ideology and Party Formation in Third Republic France, Weimar Germany, and Post-Soviet Russia*. Cambridge: Cambridge University Press.

10 Hanson (2010) menciona la primacía de los vínculos programáticos sobre los clientelares y personalistas en democracias débiles (2010: 66)

- Levitsky, Steven y Maxwell Cameron. 2003. «Democracy Without Parties? Political Parties and Regime Change in Fujimori's Peru» *Latin American Politics and Society*, vol. 45, N° 3, pp. 1-33.
- Lipset, Seymour Martin y Stein Rokkan. 1967. «Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments: An Introduction» *Party Systems and Voter Alignments* Eds. Seymour Martin Lipset, y Stein Rokkan. Nueva York: Free Press, pp. 1-56.
- Lupu, Noam. 2011. «Party brands in crisis: Partisanship, brand dilution and the breakdown of political parties in Latin America» Tesis doctoral. Universidad de Princeton
- Mainwaring, Scott y Mariano Torcal. 2003. «The Political Recrafting of Social Bases of Party Competition: Chile, 1973-95» *British Journal of Political Science*, vol. 33, N° 1, pp. 55-84.
- Melendez, Carlos. 2007. «Apra para dummies: los sentidos comunes sin sentido sobre el aprismo en su segundo gobierno» *Perú Hoy, un año sin rumbo*. Lima: Desco, pp. 225-248.
- . 2011^a. «Del Shambar al 'Sancochado' El proyecto político de César Acuña. Una mirada desde Trujillo» *Anti-candidatos: guía analítica para unas elecciones sin partidos*. Lima: Mitin y 50+1, pp. 173-184.
- . 2011^b. «Perder es cuestión de método. Lecciones del fracaso electoral de Luis Castañeda Lossio» *Post-candidatos: Guía de supervivencia hasta las próximas elecciones*. Lima: Mitin y 50+1, pp. 173-196
- . 2012^a. «Partidos inesperados: la institucionalización del sistema de partidos en un escenario post colapso partidario. Perú 2001-2011» *Friedrich Ebert Stiftung*. Fecha de consulta: 02/08/2013. [http:// www.fes.org.pe/.../Partidos%20inesperados%20C.%20Melendez.pdf](http://www.fes.org.pe/.../Partidos%20inesperados%20C.%20Melendez.pdf).
- . 2012^b. *La Soledad de la Política. Transformaciones estructurales, intermediación política y conflictos sociales en el Perú (2000-2012)* Lima: Mitin.
- Muñoz, Paula. 2010. «Análisis de resultados del Perfil del Elector Peruano». *Jurado nacional de elecciones. Perfil del elector peruano*. Lima: Jurado Nacional de Elecciones y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Navarro, Melissa. 2011. «Tras el líder: Oportunidades de un partido personalista para lograr la continuidad luego del alejamiento del líder fundacional: el caso del fujimorismo» *Politai. Revista de Ciencia Política*, año 2, N° 3, pp. 139-148.
- PARTIDO POPULAR CRISTIANO. 1989. *Testimonio de una línea política*. Lima: Partido Popular Cristiano
- . 1990 *Conciencia y palabra del Partido Popular Cristiano (2da ed.)*. Lima: Partido Popular Cristiano.
- Remy, María Isabel. 2011. «Un balance final de las elecciones municipales y provinciales: ¿en qué punto quedaron los partidos políticos?» *Revista Argumentos*, año 5, N°2. Disponible en http://www.revistargumentos.org.pe/un_balance_final_de_las_elecciones_municipales_y_regionales_.html
- Sánchez, Omar. 2009. «Party Non-Systems» *Party Politics*, vol. 15, N° 4, pp. 487-520.
- Stokes, Susan. 2007. «Political clientelism» BOIX, Carles y Susan Stokes. *Handbook of Comparative Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Tanaka, Martin y Yamilé Guibert. 2011. «Entre la Vaporización de los Partidos y la Debilidad de los Movimientos Regionales» *Perú Debate. El nuevo poder en las regiones*, año 1, N° 3, pp. 18-28.
- URRUTIA, Adriana. 2011^a. «Que la Fuerza (2011) esté con Keiko: el nuevo Baile del Fujimorismo. El Fujimorismo, su organización y sus estrategias de campaña» *Post-candidatos: guía analítica de supervivencia hasta las próximas elecciones*. Comp. Carlos Melendez. Lima: mitin y 50+1, pp. 91-120.
- . 2011^b «Hacer campaña y construir partido: Fuerza 2011 y su estrategia para (re)legitimar al fujimorismo a través de su organización» *Revista Argumentos*, año 5, N°2. Disponible en http://www.revistargumentos.org.pe/hacer_campana_y_construir_partido__fuerza_2011_y_su_estrategia_para__re_legitimar_al_fujimorismo_a_traves_de_su_organizacion.html
- Vera, Sofía. 2010. «Radiografía a la política en las regiones: tendencias a partir de la evidencia de tres procesos electorales (2002, 2006 y 2010)» *Revista Argumentos*, año 4, N° 5. Disponible en http://www.revistargumentos.org.pe/index.php?fp_verpub=true&cidpub=395
- . 2011 «Volar sin paracaídas: Alejandro Toledo y su reelección frustrada» *Post-candidatos: guía analítica de supervivencia hasta las próximas elecciones*. Comp. Carlos Melendez Lima: mitin y 50+1, pp. 147-172.
- Vergara, Alberto. 2007. *Ni amnésicos ni irracionales: la elección del 2006 en perspectiva histórica*. Lima: solar.
- . 2009. *El choque de los ideales. Reformas institucionales y partidos políticos en el Perú post-fujimorato*. Lima: IDEA.
- . 2011. «¿Qué es el APRA hoy?» *Anti-candidatos: guía analítica para unas elecciones sin partidos*. Comp. Carlos Melendez Lima: mitin y 50+1, pp. 41-60.
- Zavaleta, Mauricio. 2012. «La competencia política post-Fujimori: Partidos regionales y coaliciones de independientes en los espacios subnacionales peruanos» Tesis de pregrado. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú