

ALBERTO VERGARA
PANIAGUA
Político



ENTRE ANTANAS Y EVO... UN VISTAZO AL ELECTORADO PERUANO

Desde que publiqué un libro sobre la forma en que votaron los peruanos en la elección del año 2006, suelo tener que responder a una misma pregunta: ¿Cómo es el elector peruano? Los amigos o los periodistas quieren que les revele el secreto ADN que guía los impulsos electorales de nuestros ciudadanos. Y yo siempre comienzo respondiendo lo que considero evidente pero que nadie parece tener en mente: no existe “el” elector peruano. Lo que hay son varios electorados y, en definitiva, individuos con preferencias muy distintas.

Los ciudadanos eligen a sus candidatos a partir de criterios muy diferentes. Hay quienes eligen ideológicamente, también están los pastoreados por algún tipo de clientelismo, hay los que votan con el carné en la mano y está el que aguarda a un aguerrido pateador de tableros que convierta en opción electoral a su malhumor contra el sistema político. Pero todos estos criterios suelen ser mediados por la “situación” del elector. El elector está “situado” en términos económicos, geográficos, sociales. Esto no determina la manera en que vota pero sí media sus decisiones. Elige desde una realidad concreta. Y la razón simple para esto es que todos queremos que las autoridades elegidas resuelvan nuestros problemas puntuales; y el habitante de la costa tiene problemas muy distintos del de la sierra; y el habitante rural de la sierra, a su vez, enfrenta dificultades distintas de quien vive en una ciudad de la propia sierra. Por ejemplo, es muy probable que a usted, lector de PODER Enterprise, la crisis económica mundial lo haya tenido en vilo y que, por tanto, estuviera atento a qué políticos estarían mejor preparados para lidiar con ella en caso se instalase en nuestro país; en cambio, al menos a la mitad del electorado peruano la crisis mundial le importa un comino pues siempre ha vivido en crisis (en una eterna crisis) y elegirá a sus candidatos preocupado por otras temáticas. En resumen, los resultados electorales son una suma de racionalidades.

Evo Morales y Antanas Mockus encarnan bien las divergentes racionalidades “situadas” en el vecindario latinoamericano. Ambos representan a dos electorados completamente opuestos. ¿El electorado peruano se parece más al de Antanas o al de Evo?

Evo Morales es imbatible en el mundo rural y/o indígena boliviano. Si las elecciones se realizaran solo entre quienes hablan una lengua nativa, Morales sería elegido por unanimidad. Tanto en el occidente boliviano como en el oriente sus bases más fieles son las rurales: la Bolivia profunda solo tiene ojos para él. Y estas preferencias se las endosa a su partido, el MAS. En la última elección municipal de abril, aunque el MAS consiguió el 68% de los municipios bolivianos, perdió varias de las grandes ciudades (perdió la alcaldía de La Paz, la de Sucre, la de Santa Cruz, etc.). Así, su electorado cautivo es el menos urbano, el que tiene los problemas materiales más agudos, el que goza de menor contacto con el mercado y que cuenta con menor presencia estatal.

Antanas Mockus acaba de conseguir pasar a la segunda vuelta electoral presidencial colombiana asentado en un elector que es el anverso del de Evo Morales. Su elector promedio está en la ciudad (no es una casualidad que Mockus fuese alcalde de

Bogotá durante dos períodos) y es de clase media/alta. Es un electorado educado que pregona “Mi profesor, mi Presidente” (uno de los lemas de campaña). El 21% de votos que ha recibido Mockus en Colombia evidencia que un alto porcentaje de ciudadanos en aquel país posee lo que los politólogos llaman “valores postmateriales”. Vale decir, preocupaciones que van más allá de las seguridades materiales más primarias; electores preocupados por la ecología, la transparencia en el gobierno o el matrimonio gay. En definitiva, su elector promedio es un joven conectado a Facebook en un Starbucks bogotano (o un Juan Valdez, claro).

El Perú alberga electorados como el de Evo Morales y el de Antanas Mockus. La diferencia con Colombia y Bolivia radica en sus proporciones y en la ausencia

Morales y Mockus
representan
a dos electorados
opuestos. ¿A cuál
se parece más el
peruano?



ILUSTRACIÓN: LUCHO CHUMIPITZI

de liderazgos y organizaciones que den forma a dichos electorados.

Una parte del electorado peruano se asemeja al de Evo Morales. Es, fundamentalmente, el país rural. Poblaciones con poco acceso al mercado y a los servicios básicos que deben ser ofrecidos por un Estado eficiente. Por ejemplo, 14% de la población peruana no tiene acceso a ningún tipo de equipamiento electrodoméstico; 22% de la población no tiene más equipo que una radio. Tres millones de hogares carecen de cualquier tipo de servicio comunicativo (teléfono, cable, Internet, etc.). Algo más de 30% de la población peruana vive a cuatro horas o más de una ciudad de 100.000 habitantes, y 16% de la población peruana aprendió a hablar en una lengua nativa. Es el Perú al que hasta los años sesenta se denominaba sin rubor la “mancha india”, el país pobre, que lidia cotidianamente con la ausencia de Estado y donde las dudas sobre la “identidad nacional” pueden tener oídos.

En el otro extremo figura nuestra ciudadanía vinculada a los mercados, la que se beneficia de todos los servicios estatales; una población próspera, urbana y ligada al mundo a través de Internet, que viaja y en la cual las preguntas por la “identidad” nacional están todas resueltas. La mayor novedad en el Perú contemporáneo es que este grupo de gente se ensancha cada día. La explosión de cafés en varias ciudades del país (leo en el periódico que entre el 2008 y hoy se duplicó el consumo de café en el Perú) es más que sintomática: implica el dinero para un cafecito pero también la aparición de otras costumbres y miradas (no en vano George Steiner defiende que la diferencia crucial entre Europa y Estados Unidos reside en el hábito de consumir aquella bebida). El *boom* económico peruano de la última década ha tenido un impacto enorme para el ensanchamiento de este sector social que, sin embargo, sigue siendo minoritario. De acuerdo con los estudios del Instituto Nacional de Estadística e Informática, solo 4% de los hogares peruanos tienen acceso a Internet, teléfono fijo,

teléfono celular y televisión por cable (y si sacamos de la lista al celular, caemos por debajo de 1%).

Entonces, tenemos nuestros electorados *à la* Evo y *à la* Antanas. Pero las proporciones son distintas. Nuestros sectores con las necesidades totalmente cubiertas son menos amplios que los colombianos, y los menos favorecidos son, a su vez, menos vastos que los bolivianos. El Perú es, más bien, un país que viene acumulando un sector social “medio” importante. Como lo muestra un estudio de Martín Benavides, los cambios más importante en la movilidad social de los peruanos han ocurrido en los estratos medios (en los “extremos”, en cambio, prima la estabilidad). Estos sectores intermedios son los mayoritarios en el Perú y, por tanto, candidaturas con las características como las de Morales o Mockus tendrían mayor dificultad para alcanzar éxitos similares en la plaza peruana.

Sin embargo, no es un impedimento absoluto. La política es asunto de liderazgo y organización. Mockus y Morales le dieron forma y vida a su electorado; las condiciones sociales de su electorado jamás se habrían transformado por sí solas en opciones electorales. Hicieron falta un discurso y plataformas organizativas desde las cuales encuadrar a sus bases (el MAS o Facebook, da igual, pero se necesita algún tipo de soporte). Así, aunque en el Perú ambos electorados existen (si me apuran, el globalizado y el profundo), nadie les ha dado una identidad. Humala lo consiguió efímera y pírricamente en la elección presidencial del 2006.

Ahora bien, sobre todo, flota pendiente la tarea de darle forma política a ese electorado peruano intermedio, mayoritario y novedoso. Ante la ausencia de discursos que le hablen directamente y de organizaciones que puedan encuadrarlo, ese electorado se dispersa en varios candidatos (Castañeda, Toledo, algunos votos de Kuczynski, otros de Bayly, el voto urbano de Keiko, el aprista, etc.), y sigue sin ser liderado, unificado, dotado de una identidad política. En la ruleta de las apuestas electorales, yo le pongo todas mis fichas a quien lo consiga. **P**