

# PPK, UN PRESIDENTE CON SUERTE

Carlos E. Helfer Bejarano

¿Es suficiente una buena estrategia o un buen candidato para ganar? Usualmente se necesita al menos alguno de estos elementos, pero la reciente elección de Pedro Pablo Kuczynski nos lleva a considerar un tercer factor: la relevancia del contexto.

Pedro Pablo Kuczynski era considerado el candidato presidencial peruano con menores posibilidades de triunfo debido a las debilidades que presentaba su candidatura, basadas principalmente en su avanzada edad, una imagen de hombre ligado a lobbies financieros y la percepción de estar distante de los problemas que aquejan a un gran sector de la población. Sin embargo, ha terminado haciéndose con el sillón de Pizarro, apoyado en gran medida por un actor que jugó un rol fundamental durante la campaña y que se fortaleció en la segunda vuelta: el antifujimorismo. Éste se convirtió en el único elemento capaz de hacer que partidos de derecha e izquierda, eternos rivales, se unieran con un objetivo común: impedir por segunda vez que Keiko Fujimori llegara al poder.

La elección de Pedro Pablo Kuczynski —más conocido por sus iniciales, PPK, que también le dan nombre al partido político, Peruanos por el Cambio— está signada de manera importante por la suerte, sin la cual no se puede explicar su triunfo. PPK hizo poco por ganar y casi sin proponérselo, sólo ha tenido que sentarse a esperar y confiar en su buena estrella. Suena a cartomancia, pero algo de cierto tiene si tomamos en cuenta que en todos los escenarios previos a su elección era el candidato con menos posibilidades de ganar.

PPK era, sin duda, el candidato con el mejor *curriculum vitae* de todos los que se presentaron a la elección. Economista graduado en la Universidad de Oxford (Inglaterra), desarrolló una larga y exitosa carrera en el Perú y en el extranjero. Fue el funcionario peruano más joven en ocupar un puesto importante en el Banco Mundial, ministro de Energía y Minas a los 35 años, ministro de Economía y presidente del Consejo de Ministros, además de contar con una brillante carrera en la banca internacional.

Carlos E. Helfer Bejarano es consultor de comunicación política. Organiza los Beers&Politics Lima (@CarlosEHelfer)

¿Cómo logró ser elegido presidente? Pues la elección tuvo dos puntos de quiebre que determinaron el resultado final en favor del actual presidente.

El primero fue la decisión del Jurado Nacional de Elecciones (JNE) de excluir la candidatura de dos rivales importantes, como Julio Guzmán y César Acuña, que congregaban un porcentaje importante de intención de voto. Este hecho fue decisivo para que PPK, relegado en la lucha por la presidencia, subiera en las encuestas. La controvertida decisión del JNE para excluir a Guzmán, que en un momento se ubicaba en el segundo lugar de preferencia de los ciudadanos, se sustentó en la omisión de procesos de democracia interna de su partido, Todos por el Perú. El JNE también excluyó a Acuña por entregar 10.000 soles a los dirigentes de un mercado, acto prohibido por la ley electoral. Aunque cuando esto sucedió la candidatura de Acuña ya estaba en declive luego de descubrirse el plagio de su tesis doctoral en la Universidad Complutense de Madrid, situación que terminó de afectar su reputación.

Hasta esta decisión, la candidatura de PPK era un lento naufragio. Para revertir los resultados adversos cambió de jefe de campaña y la estrategia viró para convertir su principal debilidad, la edad, en una fortaleza, apuntalando su amplia experiencia para retomar el crecimiento económico peruano. Todo eso fue insuficiente hasta la intervención del JNE. La exclusión de Julio Guzmán, considerado la versión joven de PPK y que competía con él por el mismo bolsón electoral, fue determinante para confirmar su presencia en el balotaje con Keiko Fujimori, del partido político Fuerza Popular.

Pero como no se puede ganar sin un poco de sufrimiento, PPK tuvo que enfrentar el vertiginoso ascenso de la izquierdista Verónica Mendoza, que estuvo a un 2,16% de evitar su pase a la segunda vuelta.

El segundo punto de inflexión fue el mal manejo por parte del equipo de campaña de la candidata Fujimori de una investigación periodística de *Univisión* y el programa *Cuarto Poder* de *América Televisión*, contra el secretario general de Fuerza Popular, Joaquín Ramírez, hombre de confianza de la candidata y principal financista de su campaña. En el reportaje, un supuesto informante de la DEA, Jesús Vásquez, acusó a Ramírez de lavado de activos y a Keiko Fujimori de estar inmersa en estas actividades ilícitas, sin mayores pruebas que su palabra.

La DEA se vió obligada a emitir un comunicado desmintiendo cualquier investigación contra Fujimori. Las consecuencias de este hecho parecieron tener un efecto boomerang porque Fujimori logró obtener seis puntos de ventaja sobre PPK a dos semanas de concluir una larguísima segunda vuelta electoral (casi dos meses).

Nuevamente, Kuczynski remaba a contracorriente y sufría los efectos de malas decisiones, como irse de viaje ocho días a Estados Unidos a inicios de la segunda vuelta, dejando la iniciativa a sus rivales y desperdiciando una ventaja de cuatro puntos a su favor antes del *match* final, o palabras subidas de tono e insultos contra la candidata Fujimori. La debacle era inminente hasta que, inexplicablemente, José Chlimper, candidato a vicepresidente por FP, entregó a

---

un programa de televisión unos audios donde el presunto agente de la DEA afirmaba que su denuncia era falsa. Rápidamente se comprobó que dichos audios fueron manipulados con la intención de desacreditar la denuncia de Vásquez.

Si la denuncia contra Ramírez había dejado un halo de duda sobre el nuevo fujimorismo, el proceder de Chlimper despertó los peores temores de la gente y trajo de vuelta imágenes y prácticas dudosas ligadas al poder oscuro que existió durante el cogobierno de Fujimori-Montesinos. Estos hechos activaron fuertemente el antifujimorismo, el cual en las últimas semanas previas a la elección enfrentó un crecimiento casi exponencial, que logró sobrepasar al nivel alcanzado en la elección anterior.

Políticos, líderes de opinión y periodistas se sumaron a colectivos ciudadanos pidiendo un “voto crítico” para Kuczynski en la última y decisiva parte final de la campaña. Pero esta no era una adhesión a favor de PPK, sino un voto contra Keiko Fujimori y así lo dejaron establecido en cada video, conferencia y movilización colectiva que se realizó. El más poderoso de esos mensajes fue el de Verónica Mendoza (a quien PPK había dejado fuera de carrera en la primera vuelta), que en español y en quechua pidió el voto para el economista. El mensaje fue publicado en el perfil de Facebook de Mendoza y llegó al millón de reproducciones en un solo día.

Como mencionamos al inicio, la presencia del antifujimorismo fue la pieza clave en el triunfo de PPK. El tramo final de la campaña estuvo ampliamente dominado por la estrategia antifujimorista, la cual terminó siendo decisiva para darle la presidencia a este economista por una pequeña diferencia de 42.597 votos (el 0,2% de representación del voto) y con una suerte a prueba de campañas.



