

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



¿Jóvenes en partidos?: La participación de los jóvenes en partidos políticos durante las elecciones generales de Perú de 2016

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIA POLÍTICA Y GOBIERNO

AUTOR

Renato Soto Torres

ASESOR

Jorge Aragón Trelles

Diciembre, 2018

RESUMEN

En este trabajo se estudiará la participación de jóvenes en partidos políticos durante la campaña presidencial de 2016. Esta participación genera el planteamiento de una pregunta: averiguar cuáles fueron las motivaciones que determinaron la participación de jóvenes limeños en las agrupaciones y campañas políticas de Alfredo Barnechea, Julio Guzmán y Verónica Mendoza durante las elecciones generales de 2016. A partir de entrevistas a treinta jóvenes que participaron en la campaña presidencial en Lima, se buscará plantear como hipótesis que, en un contexto electoral, la participación juvenil en partidos dependerá de la atracción que genere el carisma político de los candidatos y la novedad de sus propuestas políticas.

Por otro lado, este trabajo se dividirá en cuatro capítulos. En el primer capítulo se realizará una revisión de los diversos estudios sobre participación juvenil partidaria a nivel internacional y nacional. En el segundo capítulo se relatará de manera breve los antecedentes de los tres casos a estudiar. En el tercer capítulo se analizará el vínculo entre jóvenes, política y partidos políticos. Mientras que en el cuarto capítulo, se analizarán las motivaciones de los jóvenes para participar en la campaña presidencial, revelando que dichas motivaciones giraron alrededor de tres factores: el candidato presidencial, las propuestas políticas de cada candidato y la agrupación política. Además, el factor candidato contendría cuatro componentes: el académico, el carismático, el etario y uno relacionado al género; mientras que las propuestas políticas de

los candidatos girarían alrededor de tres ejes: reforma del modelo económico, revolución educativa y ampliación de derechos civiles, políticos y sociales.

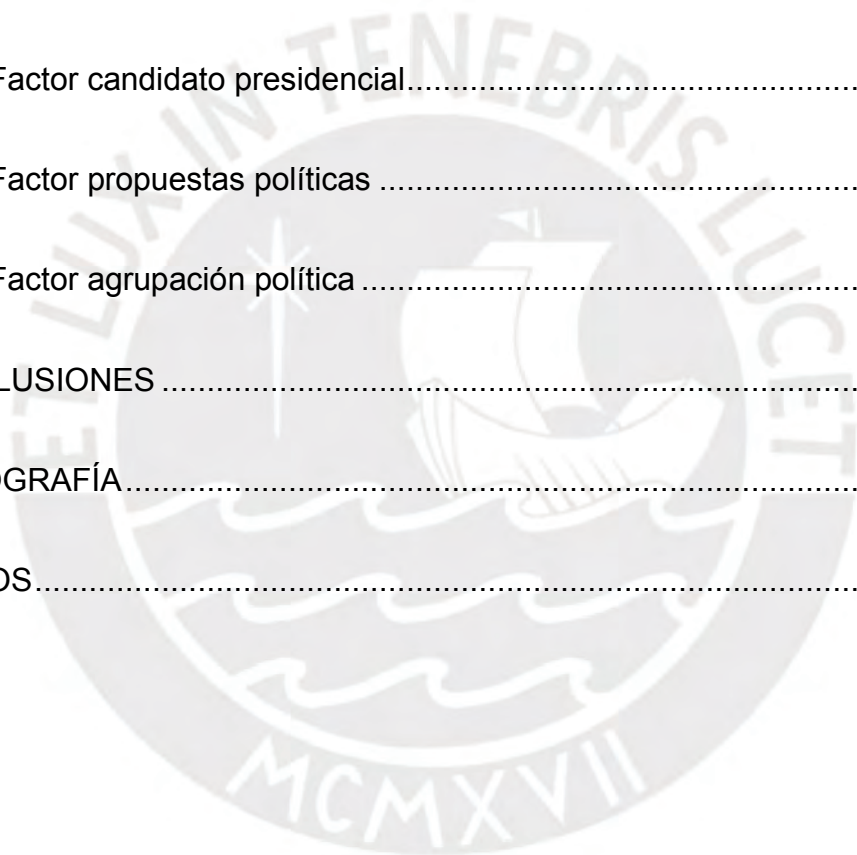
Palabras clave: jóvenes, partidos políticos, participación, motivaciones, elecciones.



ÍNDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN..... | I |
| CAPÍTULO 1: UNA APROXIMACIÓN A LOS ESTUDIOS SOBRE PARTICIPACIÓN JUVENIL PARTIDARIA: ¿QUÉ SE HA ANALIZADO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL? | 1 |
| CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES DE LAS ELECCIONES GENERALES 2016: ACCIÓN POPULAR, LA IZQUIERDA PERUANA Y EL PROYECTO MORADO | 15 |
| 1. Acción Popular y la candidatura de Alfredo Barnechea | 15 |
| 2. Julio Guzmán y el Proyecto Morado | 18 |
| 3. Verónica Mendoza y el legado de la izquierda peruana | 21 |
| CAPÍTULO 3: VÍNCULO ENTRE JÓVENES, POLÍTICA Y PARTIDOS POLÍTICOS..... | 26 |
| 1. Interés de los jóvenes en la política..... | 26 |
| 2. ¿Cómo llegaron a las agrupaciones políticas donde participaron en la campaña electoral de 2016?..... | 29 |
| 3. Primera impresión de los jóvenes al involucrarse con sus agrupaciones políticas | 31 |

| | |
|--|----|
| 3.1. Dentro de Todos por el Perú..... | 31 |
| 3.2. Dentro del Frente Amplio..... | 35 |
| 3.3. Dentro de Acción Popular..... | 37 |
| | |
| CAPÍTULO 4: MOTIVACIONES DE LOS JÓVENES PARA PARTICIPAR EN LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DEL 2016 | 39 |
| | |
| 1. Factor candidato presidencial..... | 39 |
| 2. Factor propuestas políticas | 48 |
| 3. Factor agrupación política | 55 |
| | |
| CONCLUSIONES..... | 61 |
| | |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 65 |
| | |
| ANEXOS..... | 71 |



INTRODUCCIÓN

La participación de jóvenes en partidos políticos es el tema de la presente investigación. Resulta interesante estudiar este fenómeno ya que la literatura reciente (SENAJU, 2012; Jave y Uchuypoma, 2016; Nuñez y Cozachcow, 2016, p. 272) demuestra que a nivel nacional e internacional existe una desafección generalizada hacia los partidos políticos por parte de los jóvenes, que en el caso peruano convive con un significativo interés juvenil en la política¹. Este interés se pudo corroborar en las últimas protestas sociales organizadas por jóvenes como la marcha denominada “No a la repartija” en 2013 y las marchas contra la “Ley Pulpín” en 2014 y 2015 (Fernández-Maldonado, 2015). Sin embargo, durante las elecciones generales de 2016, surgió un inusual interés y participación de jóvenes en algunos partidos políticos y algunos candidatos, poniendo en entre dicho la supuesta desafección hacia las organizaciones políticas y sus candidatos que compiten en elecciones.

Por otro lado, las diversas investigaciones realizadas sobre este tema en el Perú se han enfocado en estudiar la participación juvenil en partidos políticos durante contextos no electorales (Asencios, 2016; Ayala, 2016;

¹ Los resultados finales de la Primera Encuesta Nacional de La Juventud publicados en abril de 2012 por la Secretaría Nacional de la Juventud (SENAJU) revelaron que a nivel nacional un 47,7% de la población entre 15 y 29 años estaba interesada en la política y era independiente, mientras que en Lima Metropolitana el porcentaje ascendía a 54% de dicha población. Sin embargo, en relación a los partidos políticos, la misma encuesta reveló que a nivel nacional solo el 1,2% de la población entre 15 y 29 años de edad era miembro de algún partido y organización política, mientras que el 50,6% de la misma población no confiaba en los partidos políticos y el 39% confiaba poco.

Barrenechea, 2014; Jave y Uchuypoma 2016; Rojas, 2016). Estas investigaciones concluyeron que ciertos fenómenos como la socialización política dentro de espacios como la familia y la universidad, así como ciertos incentivos administrativos (la promesa de acceso a educación superior a través de la militancia partidaria, poder y estatus dentro de los partidos) e incentivos ideacionales (ideología, identidad y solidaridad) permiten explicar el interés y la adhesión de ciertos jóvenes en determinados partidos. Sin embargo, no hay estudios sobre la participación juvenil en partidos políticos peruanos durante periodos electorales. Por lo tanto, sirven de poco para entender el interés y la participación de los jóvenes en las elecciones generales de 2016.

En consecuencia, esta investigación plantea la siguiente pregunta: ¿Cuáles fueron las motivaciones que determinaron la participación de los jóvenes limeños en las agrupaciones y campañas políticas de Alfredo Barnechea, Julio Guzmán y Verónica Mendoza durante las elecciones generales de 2016? De la pregunta central de esta investigación se desprenderían también otras preguntas específicas tales como: ¿cuán relevantes fueron los candidatos presidenciales en el proceso de involucramiento y participación política por parte de los jóvenes durante la campaña electoral? ¿El carisma de los candidatos presidenciales fue suficiente para generar apoyo por parte de los jóvenes en la campaña o también fueron relevantes otros factores como sus agrupaciones políticas o sus propuestas electorales? ¿Qué permitió que dicho interés de participación política juvenil se mantuviera (o no) luego de finalizado el periodo electoral?

Para responder la pregunta que se formula en esta investigación, se plantea como hipótesis que en un contexto de elecciones generales, la participación de los jóvenes limeños en las agrupaciones y campañas políticas de Alfredo Barnechea, Julio Guzmán y Verónica Mendoza dependió de la atracción que generó el carisma político² de estos candidatos y la novedad de sus respectivas propuestas políticas.

Es decir, se buscará demostrar que el interés de jóvenes en partidos políticos no depende necesariamente de determinados incentivos partidarios³ o de la socialización política⁴; y que las posibilidades de fortalecer vínculos entre jóvenes y partidos políticos pasa principalmente por la presencia de candidatos carismáticos con ideas políticas novedosas que generen atracción entre los jóvenes. Esta investigación buscará también demostrar que en muchos casos luego de finalizado el periodo electoral, este interés e involucramiento inicial durante la campaña presidencial puede generar una participación más formal

² Para Deusdad (2003) “el carisma del líder político se desarrolla en dos grandes direcciones. Por un lado, la actuación del líder político con sus promesas electorales y sus discursos ante un electorado que lo aclama. Con ello, el político está intentando generar confianza ante las multitudes, comunicar sus objetivos y justificar las decisiones propias. Por otro lado, el carisma del líder político está constituido por el propio estilo político, lo genuino de éste más su bagaje histórico y los referentes políticos históricos” (p. 17).

³ Se entenderá ‘incentivos partidarios’ como el conjunto de activos provisto por el partido político que puede ser utilizado para generar éxito político. Estos recursos pueden ser tanto materiales (oportunidades laborales, reparto de bienes o acceso a programas sociales) como simbólicos (planteamientos ideológicos y programáticos del partido político) (Jave y Uchuypoma, 2016, p. 24).

⁴ Se entenderá ‘socialización política’ como el “proceso en el que las y los jóvenes van interiorizando normas, prácticas e ideas acerca de la política y de cómo hacer política, [es decir], la socialización política puede remitirnos a las motivaciones y conformación de ideas y prácticas de las y los jóvenes sobre la política” (Jave y Uchuypoma, 2016, p. 22).

de los jóvenes a través de la inscripción en estos partidos (militancia partidaria formal).

Los casos que se estudiarán en la presente investigación son los relacionados a las campañas presidenciales de Alfredo Barnechea (Acción Popular), Julio Guzmán (Todos por el Perú/Partido Morado) y Verónica Mendoza (Frente Amplio/Nuevo Perú). Estos casos fueron elegidos ya que resulta interesante analizar las motivaciones o los factores que generaron el interés y la participación de los jóvenes en las campañas presidenciales de esto tres candidatos que provienen de agrupaciones políticas con distintas tradiciones históricas. En este sentido, Acción Popular proviene de la línea de los partidos tradicionales que sobrevivieron a la crisis de los partidos (Tuesta, 1995), el Frente Amplio y el Movimiento Nuevo Perú provienen de la línea tradicional de la izquierda peruana –caracterizada por ciclos periódicos de unión, confrontación y división- (Tanaka, 1998; Tuesta, 1995); mientras que en su momento, Todos Por el Perú –y ahora el Partido Morado- provienen de la línea de los partidos post crisis que giran alrededor de un líder *outsider* y *antiestablishment* (Vergara, 2016). Otra novedad de estudiar los casos señalados es que los candidatos de estas organizaciones políticas postularon por primera vez a la Presidencia de la República durante las elecciones generales de 2016. Pese a que Guzmán, Mendoza y Barnechea habían ocupado anteriormente cargos políticos⁵, sus candidaturas presidenciales eran

⁵ Julio Guzmán fue viceministro de MYPES y secretario de la Presidencia del Consejo de Ministros durante el gobierno de Ollanta Humala (2011-2016). Verónica Mendoza fue congresista de la República durante el periodo 2011-2016. Alfredo Barnechea fue candidato a la alcaldía de Lima por el Partido Aprista Peruano en 1983 y fue diputado durante el periodo 1985-1990 (La República, 2016).

inéditas. Esto indicaría la posible relación entre la novedad de sus candidaturas y el involucramiento de los jóvenes en sus campañas políticas.

Por otro lado, el análisis de las encuestas electorales entre enero y abril del año 2016 brindó pistas iniciales sobre el interés de cierto grupo de jóvenes en los tres casos estudiados y no en el resto. En este sentido, dicho análisis reveló una correlación entre el aumento general de intención de voto de estos tres candidatos (ver gráfico 1) y el aumento de intención de voto de los jóvenes entre 18 y 24 años (de enero a febrero en el caso de Guzmán, de febrero a marzo en el caso de Barnechea y de enero a abril en el caso de Mendoza) (ver gráfico 2), lo cual indica un interés de los jóvenes en estos candidatos durante la campaña presidencial y dejaría abierta la posibilidad de deducir cierta participación juvenil en los partidos de estos personajes.

A diferencia de estos candidatos, otros casos como los de Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski o Cesar Acuña no se estudiarán en esta investigación ya que la intención de voto por parte de los jóvenes entre 18 a 24 años en los dos primeros casos se mantuvo relativamente estable durante toda la primera etapa de la campaña electoral (esto también vale para el caso de Alan García). En el caso de Acuña, su expectativo crecimiento en la intención de voto de los jóvenes durante el mes de enero cayó estrepitosamente al siguiente mes, finalizando con la exclusión de su candidatura –junto a la de Julio Guzmán- a inicios de marzo (ver gráfico 3).

Para esta investigación se realizaron veintinueve entrevistas a profundidad a jóvenes entre 21 y 31 años⁶ que participaron desde Lima en las campañas presidenciales de los mencionados candidatos. La guía de preguntas diseñada para realizar estas entrevistas (ver anexo 2) permitió conocer datos básicos de los entrevistados como su edad, lugar de nacimiento, distrito donde residen y nivel educativo. También permitió conocer la visión que tienen sobre la política y las agrupaciones políticas con las que se involucraron en la campaña electoral, las experiencias que vivieron durante dicho periodo, las actividades que realizaron⁷ y sobre todo, conocer las motivaciones que determinaron su participación en las campañas presidenciales de dichos candidatos.

La selección de entrevistados tuvo diferentes modalidades. En el caso de los entrevistados que participaron en las campañas presidenciales de Guzmán y Barnechea, la selección de la mayoría de ellos se realizó en 2017 a través de la coordinación con los secretarios nacionales de jóvenes de dichas agrupaciones políticas. El apoyo por parte de los secretarios a esta investigación fue fundamental, ya que fueron el nexo con los jóvenes a quienes se buscaba entrevistar. En el caso de los entrevistados que participaron en la campaña presidencial de Mendoza, su selección no se llevó a cabo a través de la coordinación con ningún secretario o secretaria ni del Frente Amplio ni del

⁶ El rango de edad que se utilizará en la presente investigación difiere del rango utilizado en las encuestas de intención de voto (18 y 24 años), ya que el siguiente rango de edad utilizado en las encuestas abarcaba entre los 25 y 39 años, el cual no coincide con el utilizado en la literatura cuando se habla de jóvenes (personas entre 18 y 29 años).

⁷ Además, algunos de los entrevistados fueron dirigentes de juventudes a nivel nacional y de Lima Metropolitana durante dicho periodo electoral, lo cual pudo brindar información mucho más detallada sobre el rol de los jóvenes durante la campaña electoral.

Movimiento Nuevo Perú. Esto se debió a que casi todos los jóvenes entrevistados no participaban en ninguna de estas dos agrupaciones⁸. En un primer momento, la selección de los primeros entrevistados que participaron en la campaña presidencial de Mendoza se dio a través de la coordinación con allegados que los conocían. Posteriormente, estos primeros entrevistados se convirtieron en el nexo con los otros jóvenes a quienes se buscaba entrevistar.

La presente investigación está dividida en cuatro capítulos. En el primer capítulo se realiza una revisión de los diversos estudios sobre participación juvenil partidaria a nivel internacional y nacional, señalando y comparando sus hallazgos, así como revelando sus vacíos en relación al tema. En el segundo capítulo se relatan de manera breve los antecedentes de los tres casos a estudiar para contextualizar al lector sobre el análisis que luego se realizará. En el tercer capítulo se analiza el vínculo entre jóvenes, política y partidos políticos, identificando el interés de los jóvenes en la política, la forma en que llegaron a las agrupaciones políticas donde participaron en la campaña electoral de 2016, así como la primera impresión que les causó las agrupaciones políticas en las que se involucraron. En el cuarto capítulo, se analizan las motivaciones de los jóvenes para participar en la campaña presidencial. Se revela que dichas motivaciones giraron alrededor de tres factores: el candidato presidencial, las propuestas políticas de cada candidato y la agrupación política. Además, el factor candidato contenía cuatro componentes: el académico, el carismático, el etario y uno relacionado al

⁸ Las Coordinadoras Nacionales de Jóvenes del Movimiento Nuevo Perú durante el año 2017 informaron que en ese momento todos los miembros jóvenes de dicha agrupación no habían participado en la campaña presidencial de 2016.

género; mientras que las propuestas políticas de los candidatos giraban alrededor de tres ejes: reforma del modelo económico, revolución educativa y ampliación de derechos civiles, políticos y sociales. Finalmente, se presentan los hallazgos y conclusiones finales de esta investigación.



CAPÍTULO 1: UNA APROXIMACIÓN A LOS ESTUDIOS SOBRE
PARTICIPACIÓN JUVENIL PARTIDARIA: ¿QUÉ SE HA ANALIZADO A NIVEL
NACIONAL E INTERNACIONAL?

La participación juvenil partidaria ha sido abordada por la ciencia política y la sociología desde distintas latitudes y con una agenda de investigación muy variada. Esto se ha realizado con el fin de visibilizar sus diferentes realidades y dar cuenta de las preocupaciones que genera este tema en un contexto de desafección generalizada por los partidos políticos, especialmente desde el sector juvenil. Por ello, en la presente investigación se discutirán diversos puntos que han estado presentes en la agenda de investigación relacionada a este tema. Entre ellos se encuentran la formación de identidad partidaria entre jóvenes, las dinámicas partidarias (diferencias de género dentro de los partidos, la dicotomía entre lo joven y lo viejo dentro de los partidos políticos, el mantenimiento del activismo partidario juvenil y el proceso para convertirse en militante de una agrupación política), las diversas motivaciones que explican la participación juvenil partidaria, el activismo juvenil durante periodos electorales, la relación entre juventud partidaria y renovación política, así como el rol de la universidad en la participación juvenil partidaria.

Sobre la formación de identidad partidaria entre jóvenes, Bargel y Petitfils (2009) estudiaron dicho punto dentro de la Juventud Popular (JP) - organización perteneciente al Partido Conservador Francés (UMP) liderado por Nicolas Sarkozy- de caras a las elecciones presidenciales en 2007. Los autores

señalaron que la formación de identidad partidaria entre los jóvenes de dicha agrupación política se basó en el activismo político. Esto se debe a que la investigación concluyó que existió una propensión a reclamar ser "militante activo" y declarar realizar actividades "de campo" (mítines, distribución de folletos, etc.), pese a que la investigación también concluyó que la inclinación de los jóvenes militantes encuestados a asumir este rol se distribuyó de manera desigual, debido a la interacción de lógicas sociales, de género e institucionales.

En el caso italiano, Dechezelles (2008) estudió la formación de identidad partidaria entre jóvenes en base a la construcción de una memoria histórica. Esto se debe a que la investigación concluyó que cada partido italiano de derecha durante el segundo gobierno de Berlusconi (2001-2006): Forza Italia, Alianza Nacional y la Liga Norte, produjeron una cultura política y militante relacionada a la memoria, la cual fue apropiada por los jóvenes militantes y les proporcionó un medio de participación a través de un vínculo específico con la historia.

En Argentina, Vásquez y Cozachcow (2017) estudiaron la formación de identidad partidaria basada en la gestión gubernamental entre jóvenes que formaban parte de partidos políticos que estuvieron a cargo de gestiones de gobierno a nivel nacional y subnacional como el Partido Socialista (PS) en la Provincia de Santa Fe y el Partido Propuesta Republicana (PRO) en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La investigación reveló que estos jóvenes militantes carecían de experiencias previas en otros espacios de militancia. Por

ello, su vida partidaria era muy importante, pues allí fue donde íntegramente se formaron como militantes. Además, ser gestión generó una mayor motivación entre la militancia juvenil de los partidos estudiados, ya que las carreras militantes lograron interesantes puntos de contacto con las carreras laborales dentro del Estado a nivel provincial, generando expectativas en los jóvenes militantes en torno al desarrollo de sus carreras laborales y profesionales y convirtiendo el capital militante en capital burocrático-administrativo.

Nuñez y Cozachcow (2016) también estudiaron la formación de identidad partidaria entre jóvenes argentinos, pero basada en la idea de juventud. La investigación de estos autores mostró que en esta relación con los jóvenes durante las elecciones legislativas del año 2013, el partido Propuesta Republicana (PRO) en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires presentó un contenido de discurso asociado a valores posmaterialistas, un pragmatismo ideológico y –lo más importante- como ‘joven’ o buscando construir su imagen a partir de ciertos valores o atributos considerados propias de la juventud, produciendo una disputa por los significados de ‘ser joven’.

En el caso de Colombia, Gladys Acosta (2011) estudió la formación de identidad partidaria en cuatro organizaciones de juventud partidaria: Juventudes Liberales (Partido Liberal), Renovación Conservadora (Partido Conservador); Polo Joven (Polo Patriótico); y Jóvenes Verdes de Colombia (Verde Opción Centro). A diferencia de los estudios anteriores, esta investigación concluyó que la formación de identidad partidaria entre los jóvenes de dichas agrupaciones políticas se basó en la conservación de

dinámicas partidarias tradicionales. Esto se debe a que “las organizaciones de juventud, adscritas a los partidos y movimientos políticos en Colombia, si bien – con pocas excepciones– están lejos de inaugurar modos de participación que puedan considerarse propiamente juveniles, sí constituyen escenarios que propician la formación ideológica y el fortalecimiento –o cuando menos la conservación- de las prácticas y de las rutinas que han hecho tradición en la dinámica partidaria” (Acosta, 2011, p. 51).

Mientras que para el caso mexicano, Jesús Aguilar (2015) estudió los diferentes componentes que influyeron en la construcción de la identidad partidaria de los jóvenes que vivían en áreas metropolitanas del México durante la elección federal del año 2012. En este sentido, el autor buscó ofrecer una explicación cuantitativa del peso que tuvo cada uno de los factores (identidad partidaria, socialización política en un contexto familiar, escolaridad, nivel socioeconómico, entre otros) que contribuyeron al vínculo entre los ciudadanos de entre 18 a 29 años y los partidos políticos mexicanos (PRI, PAN, PRD).

Las dinámicas partidarias son otro punto bastante estudiado, no solo en la agenda de investigación sobre participación juvenil partidaria, sino a nivel general sobre los partidos políticos. Por ejemplo, las diferencias de género dentro de los partidos que ubican a las mujeres en una situación de desigualdad y vulnerabilidad frente a los hombres, son parte de las dinámicas internas de dichas agrupaciones. Sobre este fenómeno, autores como Bargel y Petitfils (2009) señalaron que dentro de la Juventud Popular (JP), la tradicional asociación entre masculinidad y activismo partidario de campo generó una

división de género dentro del trabajo partidista desfavorable para las jóvenes militantes francesas. En este sentido, el retrato de jóvenes que dijeron ser "militantes activos" fue el de hombres de confesión católica practicante que hubiesen ingresado al partido antes de la campaña sobre el Tratado Constitucional Europeo. Es decir, las representaciones correspondieron a la definición social e institucionalmente dominante de militancia, sexualmente discriminatoria y construida a partir de la figura (idealizada) del activista "izquierdista".

En Chile, Espinoza y Madrid (2010) analizaron los factores que llevaron a ciertos jóvenes a comprometerse voluntariamente en la actividad política, la forma en que los jóvenes militantes se insertaron en los partidos políticos y la relación que desarrollaron con los adultos, concluyendo también que en el caso de las mujeres jóvenes, su participación dentro de partidos se enfrentó a prejuicios y estereotipos patriarcales existentes en la sociedad chilena, como aquellos relacionados a que son incapaces de dirigir.

Mientras que Lizbona (2012) estudió la predisposición a iniciar una carrera política por parte de jóvenes militantes uruguayos en partidos con representación parlamentaria (Frente Amplio, Partido Nacional, Partido Colorado y Partido Independiente) desde la perspectiva de género. La investigación concluyó que, pese a que no se marcaron diferencias sustanciales entre varones y mujeres respecto a cómo es la militancia dentro de los partidos políticos, se reconoció que las mujeres por su "rol" de madres no disponían del mismo tiempo que los varones y que además, tienen una

cierta desventaja como militantes, debido al rol que les impone la sociedad y que las obliga a elegir entre los asuntos públicos y domésticos. De esta manera, la investigación mostró que, al igual que en los estudios anteriores, aún se conservan concepciones culturales predominantes y sexistas entorno a la definición de los roles de varones y mujeres en el hogar.

Otro punto concerniente a las dinámicas partidarias es el constante enfrentamiento entre todo lo que representa lo joven y lo viejo dentro de las agrupaciones políticas. Dicho enfrentamiento no solo se reduce a militantes jóvenes versus militantes ancianos, sino también a prácticas partidarias y renovación de dirigentes. Sobre este punto, la investigación realizada por Grandinetti (2015) concluyó que dentro del partido Propuesta Republicana (PRO) existe una instrumentalización de la juventud por parte de los dirigentes en cuanto modo de legitimarse y abrirse espacios en las internas partidarias. Y que además, “la presentación del PRO como un ‘partido joven’, es decir, un partido que encarna la renovación de la política, el ingreso de ‘gente nueva’, el abandono de las ideologías y la superación del pasado, entra en tensión, para los mismos militantes juveniles, con la reproducción dentro de su organización de las estructuras y divisiones consideradas constitutivas de la ‘vieja política’ y los ‘viejos partidos’.

En una línea similar, autores como Espinoza y Madrid (2010) señalaron que para los jóvenes chilenos, los partidos aparecen como las herramientas más apropiadas por su cercanía con el poder y la influencia en las decisiones. Sin embargo, una vez dentro se dan cuenta que la participación en las

decisiones posee una cantidad de barreras que decepcionan a algunos, motivan el retiro de los partidos, pero también motivan a otros a buscar formas de superar los obstáculos para llegar a participar en procesos de toma de decisiones. En este sentido, la investigación reveló que “los principales obstáculos reconocidos por los jóvenes en su vida partidaria se refieren al escaso recambio generacional, que les cierra la puerta a su ascenso dentro de la estructura regular o reduce las oportunidades de conseguir cupos para elecciones populares” (p. 295), y que los discursos de los partidos no acogen el punto de vista de los jóvenes.

Otros autores como Cross y Young (2008) concluyeron que la imposición de lo joven sobre lo viejo en las dinámicas partidarias es necesaria para la supervivencia y regeneración de los partidos, ya que existe una relación directa entre la militancia en un órgano del partido dedicado a miembros jóvenes y un alto grado de activismo partidista. En este sentido, los miembros que pertenecen a un ala juvenil son significativamente más propensos a participar en los asuntos del partido que sus colegas jóvenes que solo participan en el ala de adultos del partido, confirmando la hipótesis de que las alas juveniles del Partido Liberal Canadiense son instituciones importantes para socializar en la vida del partido a los jóvenes militantes y a las élites en desarrollo, que se espera permanezcan activas en los asuntos del partido a lo largo de su vida adulta.

Otros puntos que se abordan dentro del ámbito de las dinámicas partidarias son el mantenimiento del activismo partidario juvenil y el proceso

para convertirse en militante de un partido. Sobre el primer punto, Cross y Young (2008) señalan que en el caso del Partido Liberal Canadiense, involucrar a los militantes en la toma de decisiones internas relacionadas con asuntos de política y a actividades dentro del partido que les permita asumir tareas organizativas cotidianas esenciales para el mantenimiento de la organización política.

En relación al segundo punto que aborda los procesos de movilización individual juvenil dentro de partidos políticos, Hoi-Yu Ng (2015) estudió dichos procesos en partidos políticos de Hong Kong, una región semiautónoma y semidemocrática bajo soberanía china donde los partidos están relativamente subdesarrollados. A partir de entrevistas a jóvenes militantes, el autor describió el proceso para convertirse en militante de un partido, el cual incluye tres pasos diferentes: la afinidad de actitud con el partido, la participación inicial y la inscripción formal en este. El primero se refiere a la afinidad con el partido, sea por adhesión a la ideología del partido, a una favorable impresión del partido o de algunas figuras del partido, y/o por simple interés en unirse. La segunda se refiere al momento en que un participante se involucra por primera vez en las actividades del partido político. Estas actividades pueden incluir unirse a una campaña electoral, unirse a un programa de pasantías, ser voluntario dentro del partido o trabajar dentro de este como empleado. Finalmente, la tercera se refiere al momento en que los participantes se convierten formalmente en militantes partidarios. Por lo general, tienen que llenar un formulario de inscripción al partido y pagar una cuota de ingreso.

En relación a las motivaciones que explican la participación juvenil partidaria, estas suelen ser de diversa índole. Por ejemplo, en Perú, Jave y Uchuypoma (2016) señalaron que las motivaciones que tienen los actuales jóvenes militantes del Partido Aprista Peruano y el Partido Popular Cristiano en Lima para hacer política son configuradas en un contexto de socialización política en la familia y la universidad. Analizando los mismos casos, Rojas (2016) concluyó que el acercamiento de los jóvenes a partidos políticos que pertenecieron al sistema de partidos colapsado como el Partido Aprista Peruano, el Partido Popular Cristiano y Acción Popular, ocurrió debido a un previo interés por la actividad política de estos actores, sumado al reconocimiento de aspectos positivos en las instituciones (capital político) proveniente de liderazgos carismáticos electorales que desarrollaron los partidos políticos en los últimos años y la trayectoria histórica de los mismos (p. 3).

Mientras que Asencios (2016) en su texto “La ciudad acorralada: jóvenes y Sendero Luminoso en Lima de los 80 y 90”, estudió los motivos por los cuales la propuesta del Partido Comunista Peruano-Sendero Luminoso se convirtió en una opción de adhesión para los jóvenes a fines de los años ochenta e inicios de los noventa en Lima. El autor concluyó que esa opción de adhesión juvenil fue posible en parte a factores estructurales –como la crisis económica, social y política del país- y a factores ideológicos como la ‘idea crítica’ del Perú en una fase tardía, el ‘efecto demostración’ construido por Sendero Luminoso sobre sí mismo, el mito del ‘Sendero ganador’ como parte del imaginario que iba

empezar a rondar en algunos sectores de la sociedad y al trabajo político de dicha organización terrorista en las cárceles (p. 34).

Otro tipo de motivaciones analizadas en la academia que explican la participación juvenil partidaria son aquellas ligadas a ciertos incentivos o beneficios materiales que brindan los partidos políticos. En este sentido, Bargel y Petitfils (2009) señalaron que en relación a la selección de líderes dentro de la Juventud Popular (JP), los beneficios materiales como puestos remunerados contribuyeron al mantenimiento a lo largo del tiempo del compromiso de los jóvenes militantes franceses, desestimando la antigüedad del compromiso en la organización como aquello que se valoraba y se recompensaba con la adhesión a puestos remunerados.

En el caso peruano, Jave y Uchuypoma (2016) señalaron que los incentivos partidarios que generan el APRA y el PPC para atraer a jóvenes militantes son tanto ideacionales (ideología, identidad, solidaridad) como administrativos (poder, estatus y materiales). Mientras que Ayala (2016) y Barrenechea (2014) analizaron los partidos que asumieron como un incentivo fundamental el acceso a la educación técnica o universitaria, aprovechando las oportunidades de mejora de vida de los jóvenes y el mito de la educación como base para lograr dichas mejoras. En este sentido, Henry Ayala (2016) estudió los incentivos por los que jóvenes limeños decidieron militar en un partido personalista como Solidaridad Nacional. El autor concluyó que dichos incentivos estuvieron relacionados a ofertas de trabajo o estudios – especialmente becas en la universidad Telesup, producto de los vínculos del

líder del partido: Luis Castañeda con José Luna, dueño de la mencionada universidad-. En una línea parecida, Barrenechea (2014) estudió el éxito electoral a nivel subnacional de la agrupación política Alianza para el Progreso dirigida por el político/empresario Cesar Acuña. Pese a que este estudio no se centró exclusivamente en jóvenes, sí permitió comprender las dinámicas que genera una agrupación política 'nueva' con sus militantes y cómo un partido puede convertir a la educación en un estímulo fundamental al que se puede acceder a muy bajo costo.

En relación al activismo juvenil durante periodos electorales, Acosta (2011) concluyó que un punto en común que congrega a los jóvenes militantes colombianos es la contienda electoral, ya que los momentos electorales elevaron al máximo los niveles de actividad en sus respectivas organizaciones o colectivos. En una línea similar, Cross y Young (2008) estudiaron los factores que determinan el activismo de militantes jóvenes en el Partido Liberal Canadiense y concluyeron que involucrar a los miembros como voluntarios de campañas locales era crucial para el éxito electoral del partido, particularmente en los sistemas electorales organizados geográficamente como el caso canadiense.

Otro punto estudiado en el ámbito de la participación juvenil partidaria es la conexión entre juventud partidaria y renovación política. En este sentido, autores como Grandinetti (2015) estudiaron la juventud argentina en la militancia de Jóvenes PRO y en el PRO, concluyendo que la juventud aparece como la expresión de renovación política y de una gestión eficaz de problemas

concretos frente a las obsoletas ideologías. En una línea similar respecto al cambio social y a la solución de problemas concretos, autores como Espinoza y Madrid (2010) señalaron que los jóvenes chilenos ingresan a los partidos -más afines a su pensamiento y estilo político- movidos por un interés de lograr una transformación social en base a sus propios puntos de vista y posibles soluciones a los problemas sociales que consideran más importantes. Mientras que estudios como los de Hooghe y Stolle (2005) en organizaciones juveniles de partidos políticos en Flandes, Bélgica, confirman el dramático declive de las organizaciones juveniles en los partidos políticos y que no es realmente efectivo instar a los jóvenes a involucrarse en los partidos políticos si es que estos ya no parecen interesados en atraer nuevos militantes.

Otro aspecto que constantemente se señala en los estudios sobre participación juvenil partidaria es la relevancia que adquieren las universidades en el fomento de dicha participación. Así, Vázquez y Cozachcow (2017) señalan que en los partidos argentinos como el Partido Socialista (PS) o el Partido Propuesta Republicana (PRO), la gran mayoría de sus jóvenes militantes estudian y trabajan y es a través del medio universitario que adquieren saberes valorados en una militancia que está asociada a la gestión. En una línea similar, autores como Espinoza y Madrid (2010) señalaron que el interés de los jóvenes chilenos por la política se manifiesta durante la etapa escolar y universitaria; y es en esta última etapa en la que la mayoría de jóvenes ingresan a los partidos e inician una vida militante, siendo la universidad el principal vínculo de los militantes con la base social, ya sea a través de trabajos voluntarios o actividades culturales.

En síntesis, se puede apreciar que el tema de participación juvenil partidaria aborda diversos puntos de investigación. Entre ellos se destaca la formación de identidad partidaria entre jóvenes, la cual se puede basar en el activismo político, la construcción de la memoria histórica, la gestión gubernamental, la idea de juventud, la conservación de dinámicas partidarias tradicionales o la influencia de diversos componentes.

Las dinámicas partidarias son otro punto que aborda el estudio de la participación juvenil partidaria. Algunos fenómenos que comprenden estas dinámicas son las diferencias de género dentro de los partidos que ubican a las mujeres en una situación de desigualdad y vulnerabilidad frente a los hombres, el constante enfrentamiento entre todo lo que representa lo joven y lo viejo dentro de las agrupaciones políticas, el mantenimiento del activismo partidario juvenil, así como los procesos para convertirse en militante de un partido.

Otros puntos de investigación que también aborda la participación juvenil partidaria son las diversas motivaciones que explican dicho tema, el activismo juvenil durante periodos electorales, la conexión entre juventud partidaria y renovación política, así como el rol de la universidad en la participación juvenil partidaria.

Es interesante señalar el contraste entre los temas que aborda la literatura internacional y nacional. En este sentido, la literatura internacional aborda la mayoría de puntos de investigación mencionados anteriormente, mientras que casi toda la literatura nacional existente –que de por sí es poca– se enfoca más en estudiar solo las diversas motivaciones que determinan la

participación juvenil partidaria en contextos no electorales. No obstante, se puede apreciar que tanto a nivel internacional como nacional, se ha estudiado muy poco la participación juvenil partidaria en contextos electorales, especialmente de jóvenes que en su mayoría eran voluntarios y no militantes partidarios cuando se involucraron con las agrupaciones políticas. Dicho tema será el que se estudie en la presente investigación con el fin de contribuir a la literatura actual.



CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES DE LAS ELECCIONES GENERALES 2016:
ACCIÓN POPULAR, LA IZQUIERDA PERUANA Y EL PROYECTO MORADO

Como se mencionó al inicio de esta investigación, los casos que se estudiarán en la presente investigación son los relacionados a las campañas presidenciales de Alfredo Barnechea (Acción Popular), Julio Guzmán (Todos por el Perú/Partido Morado) y Verónica Mendoza (Frente Amplio/Nuevo Perú). A continuación, se presentará una breve introducción de las organizaciones políticas de los tres ex candidatos presidenciales.

1. Acción Popular y la candidatura de Alfredo Barnechea

Acción Popular (AP) es una organización política fundada –primero con el nombre de Frente Nacional de Juventudes Democráticas- en 1956. Es el único partido político peruano vigente que ha llegado al poder Ejecutivo en tres oportunidades (1963-1968; 1980-1985 y 2000-2001). Además, dicho partido durante gran parte de su historia ha transitado alrededor de la figura de su jefe, fundador y dos veces presidente, arquitecto Fernando Belaunde Terry (Tuesta, 1995, p. 99); hasta inicios del presente siglo en el cual el mando del partido cayó en la figura de Valentín Paniagua, presidente de la República durante la transición democrática (2000-2001), hasta su fallecimiento en el año 2006.

Desde el comienzo del régimen democrático a inicios de los años ochenta, los resultados electorales de este partido fueron descendiendo con cada proceso electoral. En este sentido, tanto el APRA como Acción Popular,

los dos principales partidos desde los años sesenta que ordenaron la competencia electoral e impregnaron distinciones programáticas en la sociedad durante la década de 1980, se descompusieron dramáticamente durante los primeros años de los noventa y experimentaron un proceso de total hibernación (Zavaleta, 2014, p. 43).

En años recientes, según Puémape y Jiménez (2017):

“Acción Popular se ha visto afectado por una crisis interna, que obedece a disputas entre grupos al interior del partido. Así, en 2015 existieron dos secretarios generales: por un lado, Alan Kessel, cercano al actual congresista Víctor Andrés García Belaunde y, por el otro Rafael Vásquez, cercano al presidente del partido Mesías Guevara. El conflicto se prolongó dado que la elección de Vásquez no quedó legitimada por los organismos electorales del partido. Ante estos hechos, incluso tuvo que intervenir el JNE” (p. 53).

Además, durante el 2015 existía mucha expectativa dentro de Acción Popular sobre quien podría erigirse como un candidato atractivo para la militancia, pero con el liderazgo y las capacidades para poder ganar una elección nacional, ya que era la primera vez desde 2001 que el partido postulaba a las elecciones presidenciales con candidato propio (Ayala, 2017, p. 100). Fue en este escenario convulsionado en el que AP “celebró sus elecciones internas el 20 de diciembre de 2015, en las cuales dos de las cuatro listas postulantes capturaron la mayoría de votos: la lista de Alfredo Barnechea, conformada por Víctor Andrés García Belaunde y Edmundo del Águila Morote, y la lista de Mesías Guevara, con Carlos Jaico y Federico Casas” (Ayala, 2017, p. 100).

La dinámica que generó la candidatura de Alfredo Barnechea – diputado por el APRA entre 1985 y 1987- contribuyó a agudizar las diferencias. En este

sentido, para Mesías Guevara -el presidente del partido-, Barnechea representaba a alguien externo al partido (Puémape y Jiménez, 2017, p. 53), ya que “luego de intentar postular a la Presidencia por el APRA en el 2011, Alfredo Barnechea se inscribió en Acción Popular en 2013 para intentarlo nuevamente” (Ayala, 2017, p. 100). Además, ambas listas representaban dos facciones diferentes del partido. Así, la facción más centrada en Lima estuvo representada en la lista del congresista García Belaunde y Edmundo del Águila, mientras que la facción opositora estuvo representada en la lista del presidente del partido Mesías Guevara, más ligado al contexto regional (Ayala, 2017, p. 100). Barnechea promovió una alianza con la facción de García Belaunde -dada su falta de experiencia partidaria y de aparato político-, con lo que capitalizó, según fuentes del partido, el sentimiento en contra del presidente Guevara (Ayala, 2017, p. 100).

Por otro lado, “durante la campaña interna, Guevara se autoproclamó como alguien que había sido formado por el ex presidente Belaunde y que, por tanto, merecía la oportunidad de postular a la Presidencia del Perú. Sin embargo, para muchos acciopopulistas, tal argumento no resultó conveniente, pues quienes lo acompañaban en las vicepresidencias fueron dos invitados, prácticamente desconocidos dentro del partido” (Puémape y Jiménez, 2017, p. 53). En cambio, Barnechea fue acompañado por Víctor Andrés García Belaunde y Edmundo del Águila Morote, cuadros con una importante experiencia y ascendencia dentro del partido, lo cual sumado a los votos de la facción que lo apoyaba, sirvieron para legitimar la postulación de Barnechea ante los correligionarios acciopopulistas, ganarle la elección a Guevara y

conseguir la candidatura (Ayala, 2017, p. 101; Puémape y Jiménez, 2017, p. 53).

No obstante, la rivalidad entre la facciones de Barnechea y Guevara continua hasta hoy dentro del partido. Esta rivalidad es transversal a toda la agrupación -lo cual incluye a los jóvenes militantes de AP- y se puede manifestar a través de las acusaciones mutuas de fraude entre las facciones durante elecciones internas, pugnas por la toma de cargos en el partido y de locales partidarios, así como discusiones en relación a la posición del partido sobre ciertas coyunturas políticas y sociales.

2. Julio Guzmán y el Proyecto Morado

Respecto al Partido Morado -agrupación política liderada por Julio Guzmán-, este proyecto tiene sus orígenes en la candidatura presidencial de Guzmán en el año 2016 por el partido Todos por el Perú (TPP). Este último partido se originó con el nombre de Coordinadora Nacional de Independientes luego de la derrota electoral de Unidad Nacional en 2001 y fue fundada por Raúl Salazar (exjefe de plan de gobierno de Fredemo liderado por Mario Vargas Llosa) y Drago Kisic, quien fue jefe de plan de gobierno de Lourdes Flores en 2001 y candidato a la primera vicepresidencia.

Según Ana Vergara (2016), “en 2014, uno de los rostros más mediáticos del partido comentó sobre un colega a quien presentó como alguien que se podía incorporar a Todos por el Perú, quien trabajaba silenciosamente conversando con algunos movimientos regionales y tenía una inquietud política. Se trataba de Julio Guzmán” (p. 143). Desde el verano del mismo año,

el aspirante a *outsider* recorría el Perú y conversaba con especialistas en diferentes temas, presentándose como 'el próximo presidente del Perú' y rodeándose de otros jóvenes técnicos, con un trasfondo muy similar al suyo que por primera vez querían comprometerse políticamente (Vergara, 2016, p. 145). No obstante, Guzmán tenía experiencia técnica y académica, pero no partidaria (Vergara, 2016, p. 144).

Por ello, "en 2015, Todos por el Perú decidió no repetir la fórmula de las alianzas y [...] uno de los fundadores de TPP le dio la bienvenida a Guzmán" (Vergara, 2016, p. 143). Así, el 24 de octubre de 2015 Julio Guzmán se convirtió en el nuevo presidente de Todos por el Perú, encabezando la lista única que se presentó en este afán de renovar el partido. Se renovó el Comité Ejecutivo Nacional de 19 miembros, cuya edad promedio era menor a los 40 años y en donde se tomaban todas las decisiones (Vergara, 2016, p. 145).

Guzmán se presentó como un candidato *outsider* y *antiestablishment*, el cual se peleaba con la clase política y criticaba al *establishment* político y a los legisladores (Vergara, 2016, p. 148). En palabras de Charles Kenney, un *outsider* es el político que se vuelve relevante por fuera del sistema de partidos y un *antiestablishment* rechaza a los partidos y la política partidaria (Vergara, 2016, p. 126).

Uno de los principales apoyos de la candidatura presidencial de Julio Guzmán durante el 2016 provino de la organización de los jóvenes morados. Según Vergara (2016), el perfil del joven morado se caracteriza por ser en su mayoría líderes sociales tanto universitarios como no universitarios (p. 150); y

la organización que conforman “es bastante autónoma, pero estuvieron alineados a la estrategia de campaña, ya que [...] su participación no fue principalmente en redes, sino que se sirvieron de estas para anunciar sus actividades, hacer pasacalle, subir a buses y compartir el mensaje del partido” (Vergara, 2016, p. 150).

A inicios de marzo de 2016, el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) tachó la candidatura presidencial de Julio Guzmán debido a que consignó que no se cumplió con los procedimientos para las elecciones internas de Todos por el Perú (Perú 21, 2016). No obstante, al mes siguiente de su exclusión, Guzmán se apartó de dicho partido y, en mayo, adquirió en la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) el kit electoral con el propósito de inscribir su propia organización política, el Partido Morado (La República, 2017). Así:

“En el último año, Guzmán y su equipo se dedicaron de lleno a la conformación de la nueva agrupación. Guzmán viaja constantemente al interior del país para impulsar la recolección de firmas y participar en la Escuela de Formación Política, un semillero del Partido Morado donde el ex candidato presidencial y otros dirigentes comparten sus experiencias con el que quiera sumarse. En las exposiciones explican la ideología y los principios del partido, así como insisten en la necesidad de liderazgo cívico de sus miembros” (La República, 2017).

Además, “el equipo central que acompañó a Guzmán en la campaña presidencial continúa con él; el Partido Morado cuenta con un equipo técnico de todas las especialidades convocado por Julio Guzmán que se dedica a elaborar el Plan de Gobierno para el 2021” (La República, 2017) y la organización de los jóvenes morados que apoyó su candidatura presidencial durante el 2016 es la base del nuevo Partido Morado, siendo por ahora su tarea principal la recolección a nivel nacional de las 735 mil firmas que exige la

ley para poder lograr la inscripción de la agrupación política ante el JNE (La República, 2017).

No obstante, en los últimos meses el Partido Morado ha estado intentando generar presencia entre nuevos espacios juveniles. Uno de estos espacios es el de la participación de jóvenes morados en política universitaria, específicamente en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Esta participación, según ellos, permitiría fortalecer la presencia del partido dentro del campus y renovar la política universitaria, ya que incentivaría la participación de nuevos estudiantes. Además, se espera que la presencia de jóvenes morados en la política universitaria de dicha casa de estudios genere la adhesión de nuevos militantes al partido. Esta simpatía y posible nueva militancia partidaria se lograría por medio de un discurso basado en favor de la implementación de la reforma universitaria y la lucha contra los malos manejos de las autoridades universitarias y de ciertos representantes estudiantiles.

3. Verónica Mendoza y el legado de la izquierda peruana

En relación a la candidatura presidencial de Verónica Mendoza durante las elecciones generales de 2016, debe resaltarse que esta se caracterizó por ser una candidatura política de izquierda. La historia de la izquierda peruana en la política peruana es bastante amplia y compleja, por lo cual se intentará explicarla lo más breve y mejor posible.

Durante los años ochenta, "el espacio de izquierda fue cubierto por Izquierda Unida (IU), frente en donde confluían un variado grupo de partidos provenientes de antiguas corrientes marxistas (maoístas, trotskistas,

castristas), comunistas, así como cristianos de izquierda” (Tuesta, 1995, p. 101). IU participó de manera unitaria en el resto de competencias electorales a lo largo de la década, logrando tener un desempeño notable y convirtiéndose electoralmente en la izquierda más importante de América Latina (Tanaka, 1998, p. 130; Tuesta, 1995, p. 102). En esta línea, logró conquistar el municipio limeño -el más importante del país- con aceptable éxito, así como un número apreciable de municipios a nivel nacional” (Tuesta, 1995, p. 102). No obstante, la lucha armada iniciada por Sendero Luminoso junto a la ruptura de IU a fines de los años ochenta destruyó las posibilidades electorales y la credibilidad de la izquierda durante los años noventa e inicios de los 2000’s.

En el año 2006, Ollanta Humala quedó en segundo lugar al realizar una campaña presidencial relativamente exitosa con una imagen bastante radical y apelando a un discurso con propuestas alternativas al sentido común del establishment como el de ‘la Gran Transformación’ (Bazán, 2016, p. 155). Mientras que para la campaña de 2011, Humala -junto al Partido Nacionalista Peruano y la alianza Gana Perú que reunía personajes independientes de izquierda peruana y rostros de la izquierda peruana militante- aun propugnaba la Gran Transformación, pero con un perfil más tecnocrático (Bazán, 2016, p. 156).

Es así que durante las elecciones generales de 2011, “la victoria presidencial de Ollanta Humala representó la victoria de las fuerzas de izquierda detrás de su candidatura” (Bazán, 2016, p. 155). Sin embargo, “dicho programa de gobierno no tardó en desbaratarse para convertirse en la famosa

‘Hoja de ruta’, un recorte de las propuestas orientadas a la moderación, hacia el centro del espectro político” (Bazán, 2016, p. 156). Y junto a las protestas sociales que generó en Cajamarca el apoyo del gobierno al proyecto minero Conga en 2011, llegó la renuncia de varios congresistas a la bancada de Gana Perú que priorizaban criterios ideológicos y de principios. Entre los primeros renunciantes se encontraban Javier Diez Canseco, Verónica Mendoza, Jorge Rimarachín, Rubén Coa, y Rosa Mávila” (Bazán, 2016, p. 157).

Por otro lado, Susana Villarán también significó una victoria importante para la izquierda peruana al ganar la alcaldía de Lima en el 2010 (Bazán, 2016, p. 159). Sin embargo, durante el 2012, “las numerosas críticas a su gestión habían generado una alta desaprobación entre los ciudadanos, en especial entre aquellos afectados por las grandes reformas que se emprendieron: el sector de transporte y de comercio” (Bazán, 2016, p. 160). Por ello, aunque Villarán logró mantener su puesto como alcaldesa luego de superar el proceso de revocatoria en marzo de 2013, la gran mayoría de sus regidores fueron revocados, la reputación de su gestión nunca se recuperó y generó muchos anticuerpos en la izquierda peruana. (Bazán, 2016, pp. 160-161).

Finalmente, a mediados de 2013 surge el Frente Amplio (FA), el cual se conformó “alrededor de la inscripción del partido Tierra y Libertad, con Marco Arana, la ex regidora por Lima Marisa Glave y el economista Pedro Francke como figuras representativas de esta agrupación” (Bazán, 2016, p. 166). Por otro lado, “*Sembrar* nace como organización y se incorpora al Frente Amplio en 2015. Muchos de sus miembros pertenecían ya a la organización denominada

Movimiento por el Poder Popular (MPP) y otros se integraron motivados por el liderazgo que despertó la congresista Verónica Mendoza. Luego de intensas discusiones, se decidió su precandidatura, para postular a la presidencia de la República” (Bazán, 2016, p. 168). Verónica Mendoza ganó las elecciones primarias (o internas), superando al precandidato Marco Arana por Tierra y Libertad y se convirtió en la candidata presidencial del FA (Bazán, 2016, p. 169).

Contra todo pronóstico, Mendoza quedó en tercer puesto en las elecciones generales de 2016, logrando un 18,74% de votos (Perú 21, 2016) y permitiendo que el FA consiga veinte escaños en el parlamento (La República, 2016). En setiembre del mismo año “el Grupo Impulsor creado por el Congreso del Frente Amplio puso en marcha el proceso para la inscripción del Movimiento Nuevo Perú, por Trabajo, Vida Digna y Democracia” (Diario Uno, 2016), indicando que tendría su propio registro a través de la adquisición de un kit electoral y del posterior recojo de firmas de ciudadanos que respalden la solicitud de inscripción. Todo esto con la idea de avanzar en la institucionalidad del Frente Amplio (Diario Uno, 2016). En esta línea, Mendoza declaró en enero de 2017 que “nuestra prioridad es poder constituir comités, establecer vínculos con organizaciones sociales, gremiales, con productores. El proceso de recojo de firmas es un elemento más” (La República, 2017) y aseguró que “Nuevo Perú aspira a mantenerse como parte del Frente Amplio” (La República, 2017).

No obstante, en julio de 2017 “el Frente Amplio perdió la mitad de su bancada. Diez congresistas, pertenecientes a Nuevo Perú (bloque que sigue a

Verónica Mendoza), dejaron el bloque de izquierda luego de desencuentros con Tierra y Libertad, liderado por Marco Arana” (RPP Noticias, 2017). Para diciembre del mismo año, Mendoza fue elegida formalmente como lideresa de Nuevo Perú por un plazo de dos años durante una asamblea de delegados convocada para el congreso fundacional del movimiento (El Comercio, 2017). Actualmente, el Movimiento Nuevo Perú se encuentra compuesto por seis agrupaciones políticas, muchas de las cuales formaron parte del FA durante las elecciones de 2016 como Sembrar (liderada por Verónica Mendoza), la facción de Tierra y Libertad liderada por Marisa Glave, Pueblo Unido, el Partido Socialista, entre otros. Debido a su reciente formación, el Movimiento Nuevo Perú aún se encuentra muy desorganizado, aunque esto no ha evitado que el proceso de recolección de firmas ya esté en curso y que muchos de los jóvenes pertenecientes a esta nueva agrupación se dediquen a realizar esta labor en todo el país.

CAPÍTULO 3: VÍNCULO ENTRE JÓVENES, POLÍTICA Y PARTIDOS

POLÍTICOS

A partir de los datos personales brindados por los entrevistados (ver anexo 1), las características de estos jóvenes revelan que sus edades fluctúan entre los 21 y 31 años, tienen estudios superiores (en su mayoría de universidades privadas), viven tanto en el norte como en el centro, sur y este de la capital y además, algunos de ellos provienen del interior del país (ver Tabla 1).

1. Interés de los jóvenes en la política

En las entrevistas realizadas, un primer punto a tratar es el interés de los jóvenes en la política. En algunos de los jóvenes entrevistados, este interés proviene por socialización familiar⁹, es decir, porque provienen de familias con interés en la política. En este sentido, uno de los entrevistados señaló:

“Me imagino [que me interesa la política] sobre todo porque vengo de una familia que siempre ha hablado, la ha practicado, le ha gustado mucho la política y eso como que te pone el bicho [el interés] desde pequeño. Entonces, he estado muy acostumbrado a discusiones sobre política, anécdotas sobre política que me decía mi papá. Entonces, yo creo que el mismo entorno ha hecho como que me guste. Me siento cómodo” (Carlos Mariátegui).

Para otros entrevistados, su interés en la política surge como idea de servicio a la comunidad en favor del bien común. Uno de ellos señaló lo siguiente:

⁹ Para J. Aguilar (2015), “la familia es el primer espacio de socialización y construcción de las identidades partidarias. Es natural encontrar allí la influencia que reciben los jóvenes de sus padres, o en general de los adultos: la transmisión de valores” (p. 104).

“Siempre me ha gustado la política y yo creo que la política desde siempre ha sido [para] servir a la población, por ejemplo, que tienen necesidades. [...] No veo la política como servirme para mí, sino servir a los demás” (Abel Fabián).

En una línea parecida, algunos entrevistados vincularon el interés en la política con el ejercicio de ciudadanía, es decir, con el hecho de ser ciudadanos con derechos y deberes y de que la política se encuentra presente en todos los aspectos de la vida. Sin embargo, la mayoría de jóvenes entrevistados manifiestan abiertamente estar interesados en la política y en los asuntos nacionales del país porque la consideran un medio para lograr cambios positivos en el Perú. En este sentido, uno de los entrevistados señaló lo siguiente:

“Me interesa la política porque creo que es un medio para poder generar cambios en la sociedad” (Jean Pierre Franco).

Este deseo de cambio está ligado a una preocupación por parte de los jóvenes en relación a la situación actual de la política y los partidos. Muchos jóvenes revelaron que su participación en la política radica en la necesidad de renovarla, de cambiarla y de evitar que gente inescrupulosa participe en ella. En este sentido, muchos señalaron que no involucrarse en política permitirá que alguien más lo haga y seguramente esa persona no tendrá buenas intenciones. Las siguientes declaraciones detallan más a profundidad esta idea:

“Lo que pienso es que el Perú está mal y la única forma de evitar que este mal es ya hasta un punto, meterte tú mismo y encontrar espacios para que gente mala, nociva, no los agarre” (Javier Aguilar).

“Yo hago política por convicción; y por responsabilidad, porque creo que si los jóvenes no nos involucramos en política lo va a seguir haciendo otro tipo de gente -que como vemos hoy en el Congreso- no tiene ni la capacidad política, ni profesional, ni académica, ni la moral suficiente como para representarnos a todos y todas” (Alan Bravo).

“Había ciertos sectores dentro de la política que la desprestigiaban mucho y le habíamos dejado la cancha libre para que lo siguieran haciendo. Había que demostrar de alguna forma que había jóvenes y personas muy capacitadas dentro de este tipo de actividades para demostrarles que había una intención de mejorar todo lo que estaba sucediendo” (Carlos Oré).

Además, en el contexto electoral del 2016, algunos jóvenes también señalaron que su participación en la política surgió como respuesta a una posible victoria de Keiko Fujimori en las elecciones generales de ese año, a quién la identificaron –junto al resto de políticos conocidos que en ese momento también eran candidatos presidenciales- con el statu quo y la falta de cambio y renovación en la política. En este sentido, algunos de los entrevistados señalaron lo siguiente:

“Las opciones para que gane un candidato o un partido serio, lo más cercano a algo ideal eran pocas, porque si tú revisas las encuestas de los primeros meses estaba [Alejandro] Toledo, Keiko [Fujimori], Alan García. Era el continuismo político” (Vicente Vásquez).

“El 2016 fue un contexto más crítico ante una posible presidencia de Keiko Fujimori. [...] Y veíamos las mismas figuras de siempre, el mismo modelo de siempre y creo que en ese momento entre los favoritos que eran Keiko Fujimori y PPK -que eran lo mismo- fue un contexto bien crítico que merecía la participación de todos” (Claudia Castro).

Ante esta situación, los entrevistados manifestaron que no querían quedarse solo criticando, quejándose o viendo lo que sucedía por televisión o redes sociales, sino formar parte de este cambio a través de la participación política. Así, uno de ellos señaló:

“No quería formar parte del gran grupo que se para quejando sobre los problemas que existen. Dije: ‘quiero hacer algo, no me gusta estar quejándome y no hacer el cambio’” (Giorgio Delgado).

En una línea parecida, otro de los jóvenes entrevistados señaló que para lograr estos cambios muchas veces es necesario tomar la iniciativa y dar el

primer paso ante la falta de interés de los demás. De esta forma, es posible que se genere interés e involucramiento del resto.

“Me interesa la política porque a nadie más le interesa. [...] Si estoy esperando a que una persona con mayor capacidad de liderazgo que yo se una a la política para recién seguirlo, quizá me haga viejo. Entonces, mejor es tomar la iniciativa y a ver si es que con el ejemplo se puede unir más gente” (Eduardo Rocca).

2. ¿Cómo llegaron a las agrupaciones políticas donde participaron en la campaña electoral de 2016?

Muchos de los jóvenes entrevistados revelaron que llegaron a estas agrupaciones políticas debido a la necesidad de buscar un espacio político en donde desarrollarse. Esta búsqueda también estaba muy ligada a experiencias previas en otros espacios políticos, en los cuales –según los jóvenes– prevalecía la discordia, sus opiniones no eran escuchadas y no existía horizontalidad entre los militantes. Uno de los entrevistados contó la experiencia que vivió al involucrarse en el Partido Comunista:

“En una experiencia previa con los jóvenes comunistas (de un día), yo no podía alzar mi voz, levantar mi mano a no ser que yo le dirija al dirigente que está encima mío para que él recién comparta mi idea. Eso no se vivía en el FA [Frente Amplio], ahí tú de frente podías alzar tu mano, tu voz y contar tu experiencia, contar que te parecía bueno, lo malo” (César Contreras).

Otro de los entrevistados relató su experiencia participando en un movimiento regional y en el Partido Aprista. Él contó lo siguiente:

“[...] Yo ya había probado involucrarme en otras plataformas políticas como el APRA o con algún otro candidato de mi región o distrito, pero no encontraba ese ambiente cálido para uno desempeñar la política como joven. A veces tú tienes ideas y el partido tiene un perfil un poco tradicionalista donde solamente escuchan a los que ya tienen mucho tiempo o a veces no te brindan mucho estrado como para exponer tus ideas o las cosas que quisieras hacer dentro de la organización. [...] Me

intereso en la política y primero decido ingresar a un partido de mi región. Estuve un mes, asistí a algunas reuniones, pero me di cuenta que el ambiente era muy tóxico, era contraproducente cuando uno es joven. Entonces, me alejé, no me gustó. Y luego intenté acceder a la militancia aprista e igual, me di cuenta que el ambiente era súper tóxico. La gente no te abría las puertas cuando tú eras joven. [...] Un ambiente tóxico es cuando tú, por ejemplo, tienes una opinión y sabes que es viable. La gente que te escucha incluso puede estar aprobando tu opinión, pero al final no es tomada en cuenta porque simplemente no tienes tantos años como ellos de militancia, porque no eres conocido dentro de la organización” (Cristian Huamán).

En una línea parecida, otro de los entrevistados señaló haber participado en el colectivo que dirigía las marchas contra la Ley Pulpín. Él relató su experiencia y qué motivó su alejamiento:

“En el 2014, yo ya había hecho política [no partidaria] en un movimiento llamado ‘Las Zonas’ que se llega a conformar gracias a la mal llamada ‘Ley Pulpín’. Este grupo tergiversa su razón de ser, [ya que] en un primer momento, era para derogar esa ley que afectaba a varios jóvenes, [pero] no estábamos de acuerdo, porque nunca nos pusimos de acuerdo, nunca llegamos a un consenso entre ambas partes. Y hubo un momento en que ciertos partidos como el APRA, APP y el FA tiraban más hacia sus propios partidos, venían con sus candidatos, hacían sus ‘cherries’ [propagandas]. A la gente le empezó a molestar y yo decidí dar un paso al costado de ese espacio, porque también se había vuelto un poco violento [durante las marchas]” (Eduardo Hinojosa).

Muchos de los jóvenes entrevistados también señalaron haber llegado a sus agrupaciones políticas a través de amigos, familiares o personas allegadas que les contaron sobre estos espacios y los invitaron a participar. Otros jóvenes también afirmaron haber llegado a sus agrupaciones políticas a través de convocatorias por redes sociales como Facebook. En el caso de los jóvenes morados, algunos entrevistados relataron haberse logrado comunicar con Alan Bravo a través de Facebook:

“Llegué [al partido] por las redes [sociales] al principio. Como te dije, indagué y conocí a este señor [Julio Guzmán]. [...] Entonces, contacté primero a Alan Bravo que en ese entonces era el coordinador de jóvenes

en Lima. [...] Me invitó a una conferencia en San Marcos y me gustó la propuesta económica que presentó” (Vicente Vásquez).

Algunos jóvenes llegaron a sus agrupaciones políticas buscando información por Internet sobre los candidatos presidenciales y sus partidos. Mientras que otros jóvenes llegaron a través de la asistencia a conferencias académicas donde participaron los candidatos presidenciales. En el caso de los jóvenes morados, muchos de ellos señalaron haberse enterado sobre la candidatura de Julio Guzmán y su participación en Todos por el Perú a través de una entrevista en televisión que le realizó en el 2015 el periodista Nicolás Lúcar en el programa Punto Final. En este sentido, uno de ellos relató:

“Fue a raíz de la primera entrevista que él [Julio Guzmán] tuvo en televisión en el programa Punto Final de Nicolás Lúcar en Canal 2 en marzo o abril de 2015 aproximadamente. Escuche su mensaje y dije: ‘él de todas maneras’” (Eduardo Hinojosa).

3. Primera impresión de los jóvenes al involucrarse con sus agrupaciones políticas

3.1. Dentro de Todos por el Perú

La mayoría de los jóvenes que participaron en la campaña presidencial de Julio Guzmán afirman que al involucrarse con la agrupación política les impactó el hecho de que ya había una organización estructurada (con juventudes, secretarías, comités, etc.) y que además, contaba con la participación y el compromiso de muchos jóvenes¹⁰, quienes realizaban actividades durante todo el día. En este sentido, uno de los entrevistados comentó lo siguiente:

¹⁰ El diario La República relata que para diciembre de 2015, Julio Guzmán afirmó contar con 17 mil voluntarios inscritos en su campaña (Carreño, 2015, p. 8).

“Había una gran cantidad de jóvenes desde la mañana hasta muy tarde en la noche organizándose, haciendo llamadas, organizando a donde se va a ir, quienes van a ir, que tipo de actividades se van a hacer, Julio donde va a estar, quienes lo van a acompañar” (Carlos Oré).

Algunos jóvenes también relatan haberse sentido cómodos y entusiasmados al llegar a la agrupación política puesto que era la primera vez que conocían personas de su edad que tuvieran la misma afinidad política y porque para muchos de ellos era la primera vez que se involucraban directamente en la política al no tener experiencia previa en ello.

“Era un local de jóvenes de hecho. [...] Eran un montón de jóvenes y de ahí nos preparamos para subir a buses ese mismo día. [...] Lo que me encontré es un partido con muchas ganas, o sea, no un partido sino un grupo de jóvenes con muchas ganas de hacer las cosas pero que todavía estaban recién empezando ahí. A finales del 2015, no aparecíamos en encuestas y mucha gente que estaba ahí no había hecho política nunca (entre ellos yo) y los jóvenes que estaban manejando [la agrupación] sí habían hecho, tenían cierta carrera política pero a nivel de universidades, [es decir], política universitaria” (Jean Pierre Franco).

Además, los entrevistados también rescatan como una característica positiva la existencia de una horizontalidad dentro de la agrupación, la cual no solo involucraba la ausencia de una jerarquía marcada, sino también el respeto a las diferencias de opiniones y entre los propios miembros. Así, ellos señalaron:

“Me gustaba también porque era horizontal, no tenía una jerarquía, quien dirigía al grupo, o sea, todos aportábamos” (Abel Fabián).

“El partido era un ambiente muy abierto a las opiniones. Las diferencias eran una herramienta para fortalecer la organización y fue una de las cosas que más me gustaron” (Cristian Huamán).

Los jóvenes morados más antiguos relataron también como a inicios del 2015, Julio Guzmán les pidió que se involucren de lleno en la organización de

la agrupación para la campaña presidencial debido a la poca cantidad de jóvenes en ese momento. No obstante, conforme avanzaron los meses y se acercaba la campaña electoral, más jóvenes en distintos lugares del Perú empezaron a involucrarse en el proyecto morado. Uno de los jóvenes entrevistados que participó en la campaña desde esa época relató lo siguiente:

“Julio [Guzmán] nos reunió a unas diez o doce personas junto al jefe de campaña que en ese momento eran Jonathan Reynaga y en un almuerzo nos dijo que necesitaba a un equipo de personas que se dedique a hacer netamente la campaña con él, que le digamos adiós a nuestras familias por cierto tiempo para dedicarnos a eso a fondo y que por eso nos estaba invitando a nosotros a ser parte de. Y fue ahí donde varios de nosotros tuvimos que irnos de nuestras casas para ir a un local y diseñar la campaña de pies a cabeza, estar 24/7 metidos en la campaña, estar organizando, viendo que todo vaya bien como lo habíamos planificado. [...] Eran poquísimos tanto a nivel de jóvenes como de partido en general. Y poco a poco, la organización fue creciendo y de ahí tuve un primer viaje en setiembre a Arequipa en donde había unas tres o cuatro personas interesadas en ser parte del partido. Nos contactamos con ellos y fue grande mi sorpresa cuando vi que no solamente eran cuatro, sino eran casi cuarenta personas. Me di cuenta que el partido estaba creciendo poco a poco, que no era solamente algo de ‘vamos a ir a votar y ya’ o ‘ya tienes mi voto’, sino de hacer más activismo político. Y me di cuenta que también, poco a poco, estaba creciendo en otras regiones como en Piura, Cusco, Puno, Apurímac, Loreto. El crecimiento del partido en sí fue muy impresionante en el 2015” (Eduardo Hinostroza).

Otra situación que los jóvenes morados también relataron en las entrevistas fue la división que existía entre los dirigentes de Todos por el Perú y los jóvenes y adultos que apoyaban la candidatura de Julio Guzmán. En este sentido, una de los entrevistados comentó lo siguiente respecto a esa situación:

“Si tú me preguntas de la agrupación política (porque en esa época estábamos en Todos por el Perú), yo no entendía bien cuál era la dinámica. Pero veía un poco distanciado el tema de las personas del partido en sí, porque Julio [Guzmán] vino con un movimiento que se llamaba ‘Integración’. Donde yo me rodeo, toda la gente era de Integración, muy poca del partido Todos por el Perú” (Joven Morado 1).

Los jóvenes entrevistados también señalaron que les llamó bastante la atención el hecho de que había poco dinero para financiar la campaña presidencial de Julio Guzmán¹¹. Ellos contaron que tuvieron que realizar diversos eventos y actividades para poder recolectar el dinero necesario para la campaña.

“Teníamos que realizar eventos como las polladas y teníamos que nosotros meter la mano, juntar todo ese billete [dinero] para poder recurrirnos [trabajar de los que sea] y eso era para nuestra alimentación” (Waldir Vásquez).

Sin embargo, los entrevistados también revelaron que muchas ofertas de financiamiento para la campaña presidencial de Guzmán fueron rechazadas debido a ciertas dudas y sospechas en relación al origen de las donaciones y a la legalidad de las actividades de los financistas. En este sentido, algunos de los jóvenes relataron lo siguiente:

“La campaña fue muy austera, a diferencia de otras organizaciones donde hay dinero. Julio [Guzmán] siempre dijo que no se podía aceptar dinero por aceptar, porque tú no sabes de donde viene ese dinero y después que favores te pueden pedir” (Jazmín Oropeza).

“La gente con la que yo estaba trabajando era gente proba, era gente que no era corrupta, era gente limpia, porque en campaña siempre llegaban ofertas de gente que te decía: ‘Oye, yo te doy tanto dinero’. [...] Y yo muchas veces vi cómo la gente lo rechazaba, por más que lo que te ofrecían [era mucho dinero]. No te decían que esto era sucio, pero tú preguntabas: ‘Oye y ¿de dónde eres?’ y te decían: ‘Soy de la selva y tengo negocios de energía o de minas’. Y tú sabes que eso no va por buen camino” (Jean Pierre Franco).

¹¹ Julio Guzmán declaró en una entrevista al diario La República: “Somos un partido muy austero. Si tuviéramos plata tendríamos una cantidad enorme de publicidad y paneles como otros candidatos. Todo aquel que quiere ver y saber de nuestros aportes puede ir a la ONPE y ver nuestros informes de campaña” (C. Aguilar, 2015, p. 10).

3.2. Dentro del Frente Amplio

Los entrevistados que participaron en la campaña presidencial de Verónica Mendoza señalaron que les llamó la atención la poca cantidad de jóvenes que estaban involucrados en los inicios de la campaña, la existencia de cierta desorganización al inicio de la campaña y el deterioro de la infraestructura del local del partido, el cual generaba un ambiente no muy agradable que afectaba de alguna manera su entusiasmo. Uno de los entrevistados señaló lo siguiente:

“Al inicio, sí hubo muchas cosas apresuradas que en ese instante yo no sabía que eran apresuradas. Yo pensé que así se hacía la política, pero en realidad sí fue un poco apresurado. Por ejemplo, a veces había pequeñas desorganizaciones con respecto a hacer bajadas. [...] Entonces, cuando se hacían estas bajadas, yo digo que son apresuradas porque lamentablemente no contábamos con las personas en específico que iban a ir. Siempre que se hacían las convocatorias para hacer las bajadas se intentaba abarcar a todas las personas posibles, pero lamentablemente siempre eran como tres, cuatro, cinco. No eran todas las personas que estábamos involucrados. Había como un desgano, una falta de atención con respecto a las bajadas. Las bajadas son bastante importantes. [...] La infraestructura no era adecuada, los locales eran precarios. Entonces, eso también dice algo. Cuando uno va a un partido y ve un ambiente que no es tan bonito o acogedor, te genera un desgano” (César Contreras).

A los entrevistados también les llamó la atención la presencia de dirigentes relacionados a la izquierda tradicional dentro del Frente Amplio. En ese sentido, los jóvenes señalaron la existencia de dos facciones dentro del Frente Amplio: una izquierda “moderna” liderada por la candidata presidencial Verónica Mendoza y la izquierda “tradicional” liderada por el candidato a la vicepresidencia Marco Arana. Una de las entrevistadas describió esta situación de la siguiente manera:

“En el Frente Amplio -como ya hemos podido verlo ahora- habían dos caras: estaba la izquierda de Verónica Mendoza, una izquierda más inclusiva, más moderna; y estaba la izquierda machista o la izquierda retrógrada caracterizada por hombres que sí tienen en cuenta el tema de las mujeres, pero no las toman tanto [a ellas] como compañeras de lucha. [...] Habían esas dos [caras], podías ver notoriamente dos bloques: Marco Arana y Verónica Mendoza. Y creo que Marco Arana también estaba un poco picón [resentido] porque Verónica Mendoza era la candidata. [...] Había un grupo (llamado) Diversidades Frente Amplio, pero tú podías ver que en el partido no había mucho apoyo a Diversidades. El Frente Amplio se hacía presentar como: ‘Mira, somos inclusivos. Tenemos nuestro grupo Diversidades’, pero adentro no era tan así la cosa. Había un grupo que estaba representado por hombres mayores de izquierda -de esa izquierda machista- que no apoyaban tanto estos temas más sociales o de inclusión. Cuando en varias asambleas se quería tocar ese tema, algunos de ellos decían: ‘No, no, no, tenemos que debatir mejor esto. O sea, tenían la misma postura que los otros candidatos [presidenciales]. Ese cálculo [político] podías verlos en ellos también” (Claudia Castro).

No obstante, muchos de los jóvenes señalaron el compañerismo y el compromiso que tenían los jóvenes y todas las personas en general que estuvieron involucradas en la campaña presidencial de Mendoza, pese a las muchas diferencias y conflictos internos que surgieron durante este periodo. Además, había ciertas características del Frente Amplio que conectaban con los jóvenes involucrados en la campaña, como la horizontalidad entre miembros por ejemplo. Uno de las entrevistadas describió esta situación:

“Era un espacio donde tú podías participar. Si algo a ti no te parecía, tú levantas la mano y lo dices. Y eso es parte de una de las políticas que se estaba impulsando, por ejemplo, desde ese momento, desde el FA Diversidades, el FA Mujeres. Muchas cosas muy novedosas que yo no veo en otros grupos” (Cristal Vargas).

Al igual que en el caso anterior, los jóvenes entrevistados también señalaron el hecho de que había poco dinero para financiar la campaña presidencial de Verónica Mendoza. Ellos contaron que también tuvieron que

realizar diversos eventos y actividades para poder recolectar el dinero necesario para la campaña.

“Nosotros mismos hacíamos fiestas pro fondos. Por ejemplo, una vez tuvimos una fiesta, aprovechamos el día de San Valentín y recaudamos tanto, pero tanto dinero en una fiesta (en tragos, en comida) que casi financiamos íntegramente el mitin que se hizo en San Juan de Miraflores de Verónica [Mendoza]. [...] Nosotros con nuestro propio dinero conseguíamos lo de los volantes. El partido nos los daba también en alguna medida. Por ejemplo, en los banderines, pañoletas, esas cositas sí lo juntábamos nosotros, porque eran accesorios que necesitábamos. Pero volantes, flyers, todas esas cositas sí lo daba el partido, porque manejaban sus diseñadores gráficos y todo eso y aparte que también había empresas que financiaban la campaña” (Cristal Vargas).

3.3. Dentro de Acción Popular

Al igual que en el caso anterior, los entrevistados que participaron en la campaña presidencial de Alfredo Barnechea señalaron la poca cantidad de jóvenes involucrados al inicio de la campaña, la existencia de cierta desorganización y la presencia de dirigentes y militantes ancianos dentro de Acción Popular, quienes resistían al cambio y a la renovación juvenil. En relación a este último punto, uno de los entrevistados señaló lo siguiente:

“Encontré el partido viejo, sucio, lleno de personas ancianas. [...] Tuvieron una reunión en la sede de Miraflores. La reunión habrá tenido setenta personas entre jóvenes y adultos, pero en el momento en que preguntaron quienes quieren quedarse para organizar el tema de la campaña se fueron toditos los viejos, toditos, no querían ver. No querían tomar responsabilidad y nos quedamos un grupo de doce personas tal vez, dentro de los cuales el 90% estaban por debajo de 25 años y yo estaba ahí de curioso. [...] Los viejos del partido siguen siendo de Acción Popular, pero no tenían fe a la campaña. [...] La gente antigua del partido que son señores de 60, 70 años -que trabajan en base a la estructura del partido que ahora se debe actualizar porque ya no funciona con la velocidad que debería funcionar una organización- son más lentos. Habían aparecido también unos grupos que eran fans de Alfredo Barnechea y se había organizado de una manera más rápida, como una red de mercadeo. Entonces, había un choque entre esta

nueva forma de organización que eran los fans de Barnechea y los de la vieja escuela que son acciopopulistas puros” (Giorgio Delgado).

Sin embargo, pese a los diversos conflictos y contratiempos que ocurrían dentro de Acción Popular, los jóvenes entrevistados resaltaron el compromiso y el entusiasmo que tenían dentro de la agrupación con la campaña presidencial de Barnechea. Uno de los entrevistados describió esta situación:

“Encontré a varias personas que eran de distintas ideologías que entraron también. Y es lo que me gustó porque no era como que: ‘Oye, tienes que ser de derecha y nada más de derecha’, sino que ingresaron personas que tenían una visión de izquierda, una visión más de centro, una visión más de derecha, pero todos tenían una misma directriz o un mismo centro de querer cambiar las cosas” (Braulio Espinoza).

Al igual que en los casos anteriores, los jóvenes entrevistados también señalaron la falta de dinero para financiar la campaña presidencial de Alfredo Barnechea, lo cual les dificultaba realizar muchas de sus actividades electorales. No obstante, de una manera u otra lograban realizarlas. Uno de los entrevistados contó la siguiente experiencia:

“Yo estaba en el Rímac. Nos estábamos dirigiendo al Parque Obrero por el estadio del Cristal, nos juntamos toda la zonal y de la nada paró una camioneta Hyundai color blanco de lunas polarizadas. Bajó una señora y un hombre, abrieron la maleta de atrás y nos dieron volantes. No sabíamos quiénes eran, porque no eran del partido y eran volantes que no seguían la línea gráfica de Alfredo [Barnechea]. Nos regalaron reglas y cartulinas y nos dijeron que querían que Alfredo [Barnechea] gane. Y nos dieron material, porque no teníamos plata. Lo que decía Alfredo [Barnechea] era cierto, no teníamos plata. Entonces, la gente empezaba a darnos cosas” (Ian Guimaray).

CAPÍTULO 4: MOTIVACIONES DE LOS JÓVENES PARA PARTICIPAR EN LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DEL 2016

Como se señaló al inicio de este documento, la presente investigación busca conocer las motivaciones que determinaron la participación de los jóvenes limeños en las agrupaciones y campañas políticas de Alfredo Barnechea, Julio Guzmán y Verónica Mendoza durante las elecciones generales de 2016. Y ante esta interrogante, se planteó como hipótesis que en un contexto electoral, la participación de los jóvenes limeños pasa principalmente por la presencia de candidatos carismáticos con ideas políticas novedosas que generen atracción entre los jóvenes. A continuación se analizarán las motivaciones que determinaron la participación de los entrevistados en la campaña electoral de 2016.

1. Factor candidato presidencial

En un primer momento, las entrevistas realizadas a estos jóvenes revelaron que estas motivaciones giraron alrededor de los candidatos presidenciales. En este sentido, la identificación con el candidato presidencial fue una de las motivaciones que determinaron la participación de los jóvenes en la campaña electoral.

1.1. Componente académico

En el caso de Julio Guzmán y Verónica Mendoza, algunos de los entrevistados señalaron que se identificaban con sus carreras profesionales y

sus trayectorias académicas. Es decir, los jóvenes se identificaban con estos candidatos por haber estudiado la misma carrera profesional. Por lo tanto, esto generaba en los jóvenes una identificación con sus candidatos al compartir de alguna manera, la misma visión sobre las cosas en general y sobre sus determinados campos de estudio: Economía en el caso de Guzmán y Educación en el caso de Mendoza¹². Sobre Guzmán, uno de los entrevistados señaló lo siguiente:

“Yo he estudiado Economía. Él había estudiado Economía y en las universidades más prestigiosas que uno como economista quisiera ir. Entonces, el lado académico me llamó la atención. [Yo] decía: ‘Si esta persona ha estudiado en esta universidad y en esta universidad, ¿cómo no puede aportar al país?’¹³” (Abel Fabián).

En una línea similar, una de las entrevistadas señaló lo siguiente sobre Mendoza:

“Ella fue profesora en el Pukllasunchis que es un colegio alternativo en Cusco, no es un colegio tradicional. Entonces, yo he estudiado Educación y que una candidata haya sido profesora por un tiempo para mí es ‘¡guau!’, porque es una profesora y las profesoras no somos tan valoradas socialmente en mi querido Perú. Entonces, a mí me gustó ver que una profesora tan preparada vaya a la presidencia del Perú” (Natali Jáuregui).

En el caso de Barnechea, los entrevistados se identificaban más con su trayectoria académica e intelectual que con alguna carrera profesional que se le conozca¹⁴. En este sentido, ellos revelaron que el perfil intelectual y los

¹² En la columna de opinión “Guzmán: ¿estrella fugaz?” para el diario El Comercio, el periodista y antropólogo Jaime de Althaus señaló como en el ámbito electoral, Julio Guzmán con su imagen de tecnócrata modernizador e inclusivo, diferente a los políticos tradicionales puede atraer [votos] en los sectores altos y medios jóvenes (2016, p. A8).

¹³ Según Ana Vergara (2016), “Guzmán se ‘presentó en la sociedad virtual como orgulloso de ser un técnico visionario, resaltando su experiencia en el sector público” (p. 144).

¹⁴ Alfredo Barnechea estudió dos años de pregrado en Letras en la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y en 1990 estudió un posgrado en la Escuela de Gobierno John F.

conocimientos académicos de Barnechea coincidían con lo que ellos creían que necesitaba un aspirante al cargo de presidente del Perú. Uno de los entrevistados describió con más detalle esta idea:

“Alfredo [Barnechea] me pareció un candidato con un perfil académico bastante bueno. Era bastante pragmático, era una persona con temple. Me acuerdo cuando nos reuníamos con él, era una especie de erudito, tenía muchas ideas. Citaba muchos libros de política, no solo literatura política, sino también aplicada. Te citaba ejemplos de otros países de Latinoamérica, cómo debía implementarse proyectos acá, el tema de la renegociación del gas, tenía los números en la cabeza. Tenía un grupo de asesores que le sacaban la viabilidad de los proyectos para que lo que no pueda prometer no lo prometa por prometer, sino que todo tenía atrás un sustento. Quizás de manera rápida, pero sí un sustento, una evaluación de la propuesta. Y me pareció que en eso Alfredo era una persona bastante seria y comprometida” (Diego Vásquez).

1.2. Componente carismático

Sin embargo, la mayoría de entrevistados coincidió en señalar el carisma de los candidatos como una de las principales motivaciones que determinaron su participación en la campaña electoral. Según Deusdad (2003), el carisma político actúa como un catalizador cultural de los valores y señas de identidad de una cultura y del pensamiento de una colectividad, así como catalizador de ideas políticas presentes en las mentes y las emociones de los seguidores pero no verbalizadas (pp. 18-22). En este sentido, los entrevistados señalaron que el carisma de los candidatos presidenciales se basaba en la amabilidad/sencillez, sinceridad/coherencia y en la honestidad/transparencia que les generaba cada uno durante la campaña¹⁵.

Kennedy de la Universidad de Harvard en Estados Unidos, obteniendo el título de Máster en la especialidad de Administración Pública y Gobierno (Radio Capital, 2016).

¹⁵ En el artículo “Dime por qué votas” del periodista Fernando Vivas (2016) para el diario El Comercio, Giovanna Peñaflor (gerenta de Imasen y experta en sondeos y focus sobre política)

Es importante resaltar también que “el carisma político, a pesar de su irracionalidad, tiene siempre un componente de racionalidad, todos los seguidores se explican de una u otra forma su adhesión al líder” (Deusdad, 2003, p. 22). Por ello, pese a que el componente ‘carisma’ estuvo presente en los tres candidatos, se encontraron matices en los valores morales de dicho componente que variaban según el candidato presidencial al que apoyaban los jóvenes.

En un primer momento, los entrevistados identificaron amabilidad en los candidatos presidenciales. Este valor se expresaba en un comportamiento agradable, educado y afectuoso por parte de los candidatos hacia las personas en general. En los casos de Guzmán y Mendoza, los jóvenes entrevistados también identificaron sencillez en la forma de ser de estos candidatos. Esta sencillez –o también referida como humildad por ciertos entrevistados- se expresaba en un trato de igualdad por parte de los candidatos presidenciales hacia los jóvenes y en la no ostentación de sus virtudes o logros personales¹⁶. Uno de los entrevistados que participó en la campaña de Guzmán contó la siguiente experiencia que explica con mayor profundidad esta idea:

“Nosotros íbamos a una universidad a dar una conferencia. Había doscientas personas, él [Julio Guzmán] llegaba y tenía que saludar a las doscientas personas, sino no daba la conferencia. Y esa era una cosa que no era coordinada, sino que Julio llegaba y tenía que saludar a todos. Estábamos visitando un mercado y [él] pasaba puesto por puesto a hablar con todas las personas, porque según él decía, era importante

señaló como la simpatía o carisma es el factor más inasible y, quizá, el más importante, ya que hace al candidato empático con la gente más diversa.

¹⁶ En una entrevista al diario La República (2016), el científico social Julio Cotler “resaltó la candidatura de Guzmán porque, según él, ‘es un persona que convoca jóvenes, pero además tiene un trato popular muy espontáneo, porque él viene de sectores populares y, entonces, no tiene que simular’”.

conversar con todas las personas y que ninguno se perdiera la propuesta. Y fue esa cercanía y humildad creo yo también que me conectó” (Alan Bravo).¹⁷

En una línea similar, uno de los entrevistados que participó en la campaña presidencial de Mendoza relató lo siguiente:

“Ese tema de cercanía no se ve en todos los candidatos o en todas las candidatas. [...] Cuando estábamos con ella [Verónica Mendoza] juntos en una combi o en un camión era diferente. [Ella] tenía una cercanía de preguntarte: ‘¿Oye cómo estás? ¿Oye qué tal te va? ¿De dónde vienes?’ y cosas así” (César Contreras).

En el caso de Barnechea, pese a que los entrevistados indicaron que era una persona amable, la sencillez en su comportamiento no era tan fácilmente percibida por ellos ni por las personas en general. Su forma de ser y su comportamiento en público provocaron fácilmente que sea percibido como una persona vanidosa y ostentosa de sus logros y virtudes¹⁸. Uno de las entrevistadas señaló con mayor precisión esta idea:

“Yo lo veía un poco reservado, pero no lo veía como otras personas que te miran debajo del ojo. Alfredo [Barnechea] sí te habla normal, pero siempre con ese porte que él tenía, para nada sobrado [presuntuoso], pero con un porte muy intelectual. No tanto distante, porque si tú le hablabas, él te contestaba, pero no es el tipo que siempre sonríe. Era respetuoso, muy educado, muy pulcro. Yo le veía como muy intelectual. Y de repente al día de hoy, la gente puede confundir un poquito esa actitud con ser distante, indiferente, creído [vanidoso], ya que en los tiempos de ahora un candidato no debe ser así, sino más empático, más sociable” (Melissa Márquez).

¹⁷ Para Ana Vergara (2016), Julio Guzmán “es una suerte de *motivational speaker* político de conversaciones casuales en mercados y radios locales en vez de mítines en plaza” (pp. 146-148).

¹⁸ Giovanna Peñaflor señaló también que la simpatía o carisma no puede ser calculada o esforzada porque pierde su esencia. En este sentido, el candidato tiene que sentirse espontáneo y natural, cuando pasea por mercados, carga a un niño o abraza a un desconocido, ya que la soberbia es antipática y el elector la castiga. Mirar de arriba abajo con aire de superioridad, dando a entender que el interlocutor no sabe de lo que habla, juega en su contra. Ella señaló que ahora se prefiere al candidato campechano en mangas de camisa (Vivas, 2016).

En una línea similar, el subdirector periodístico del diario El Comercio, Enrique Pasquel, comparó en una de sus columnas de opinión las percepciones –tanto positivas como negativas- que pudo generar el comportamiento público de Verónica Mendoza y Alfredo Barnechea durante la campaña presidencial.

“Donde sí puede tener una ventaja Mendoza es en su capacidad para empatizar con las masas. Ella es una profesora sencilla, cercana y carismática. Barnechea, por su lado, por más que diga que es un ‘provinciano de clase media’, es bastante más pituco [persona de clase alta] de lo que le conviene a su campaña. Solo la biblioteca de su casa – la cual le encanta exhibir- es más grande que los hogares en los que viven la mayoría de peruanos. Habla, además, de forma alambicada y proyecta cierta imagen de soberbia que podría generar antipatía en algunos ciudadanos” (2016, p. A9).

Los entrevistados también identificaron sinceridad y coherencia en los candidatos presidenciales. Esto se debe a que los jóvenes sintieron que los candidatos hablaban y actuaban en consecuencia con sus ideas, sin mentir ni fingir. En el caso de Mendoza, los entrevistados que participaron en su campaña presidencial describieron con mayor profundidad la presencia de estas dos características:

“A parte de lo simpática, carismática que era, se notaba que era una persona muy sincera. No sentía que me engañaba, en ningún momento sospeché que ella me podía estar estafando. Era honesta” (Luis Nole).

“Me interesó la candidata Verónica Mendoza porque la seguía como congresista. Además, al leer sus declaraciones en noticias yo dije: ‘¡Vaya!, esta congresista no habla tantas estupideces. Habla cosas muy coherentes, defiende lo defendible’. Entonces, cuando ella se lanzó a la presidencia dije: ‘¡Oye, que interesante! De verdad yo sí votaría por ella de una manera muy feliz e incluso estaría dispuesta a apoyarla’” (Natali Jáuregui).

En una línea similar, uno de los jóvenes que participó en la campaña de Guzmán describió la sinceridad que reflejaba el comportamiento del candidato presidencial:

“Yo recuerdo muy bien que la primera vez que conversé con él fue cuando organizamos la primera reunión de jóvenes en Lima. Yo me acerqué y le dije: ‘¿Vamos a construir algo grande, verdad?’ y me dijo: ‘¡Por supuesto!’. Y me abrazó como si nos hubiésemos conocido antes. Se notó sincero” (Alan Bravo).

En el caso de Barnechea, además de resaltar su sinceridad, los entrevistados también señalaron ciertos efectos negativos o malinterpretaciones que pudo generar el intento del candidato por hablar y actuar en consecuencia con sus ideas. En este sentido, ellos detallaron con mayor precisión estos efectos:

“Había muchas cosas que él decía -también muchas verdades- que nadie más decía. Todos [los candidatos] se quedaban callados, se acobardaban por el temor a quedar mal. Por ejemplo, al comienzo lo tildaron de estadista, pero eso es ridículo” (Eduardo Rocca).

“[Me gustó] su sinceridad. Básicamente yo soy así también. Y el problema es que eso genera muchos anticuerpos dentro de un político. Si tú expresas lo que realmente crees siempre van a haber personas que se ofenden, pero siempre van a haber personas que concuerden contigo también” (Giorgio Delgado).

Los entrevistados también identificaron honestidad y transparencia en estos candidatos presidenciales. Esto se debe a que los jóvenes sintieron que los candidatos actuaban rectamente y siguiendo la moral, especialmente en lo referente al respeto al bien público. Es decir, ellos sentían que estos candidatos no eran ni serían corruptos. En este sentido, los jóvenes entrevistados señalaron lo siguiente:

“La imagen de Verónica [Mendoza] creo yo es una imagen limpia, que no tenía un rechazo masivo dentro de la población y [que] fue calando y

teniendo más presencia dentro de la opinión de la gente” (Juan Carlos Lara).

“[Alfredo Barnechea] no tenía mayor ambición de riqueza ni nada, porque todos sabemos que Alfredo es una persona acomodada. [Él tenía] un deseo de servir más allá de las críticas que se le generaron. Era una persona bastante correcta y honesta” (Diego Vásquez).

1.3. Componente etario

Es interesante señalar también cómo en el caso de Barnechea, los entrevistados que participaron en su campaña electoral fueron muy enfáticos al señalar que el candidato conectaba con los jóvenes¹⁹. Ellos describieron con mayor profundidad esta conexión:

“Yo lo veía con los jóvenes, lo veía muy cercano, muy afianzado en su lenguaje con los jóvenes o para los jóvenes. Siempre intentaba ser un poco más cercano. Por ejemplo, de manera inesperada, él se acercaba a las reuniones de partido que teníamos o a los lugares donde nosotros íbamos. Me acuerdo que una vez que ni siquiera lo invitamos en San Juan [de Lurigancho], se acercó de manera inesperada” (Braulio Espinoza).

“Alfredo [Barnechea] apostaba bastante por nosotros. Como quizás muchos candidatos a la presidencia, eso es lo que busca un candidato, que conecte con los jóvenes. Alfredo [Barnechea] lo hacía de una manera natural. No necesitaba hacer grandes actividades para llamar a los jóvenes. Tenía una conversación directa con nosotros” (Harold Acuache).

Estas declaraciones revelan que la necesidad de enfatizar dicha conexión con los jóvenes se debe a que Barnechea no es etariamente joven (tiene más de 60 años) y tampoco es nuevo en la política, ya que fue candidato a la alcaldía de Lima y diputado durante los años ochenta. Mientras que en los casos de Guzmán y Mendoza, dicha conexión no fue tan enfatizada por los

¹⁹ Dicha conexión con los jóvenes también se pudo manifestar el día de las elecciones, donde “luego de escuchar el boca de urna [de la primera vuelta electoral], Barnechea apareció en su local partidario para agradecer el apoyo de los jóvenes, a quienes pidió que ‘no abandonen la política’” (La Rosa, 2016).

demás entrevistados debido a que ambos candidatos fueron identificados como jóvenes, tanto a nivel etario (tienen menos de 50 años) como político (su participación en política es relativamente reciente)²⁰.

Esta diferenciación entre los candidatos adquiere mayor sentido al entender que las generaciones son “aquellos grupos coetáneos que no solo comparten similares circunstancias temporales, sino también sociales e históricas (Jave y Uchuypoma, 2016, p. 20). En este sentido, estas últimas experiencias serían las que se encuentran presentes en la identidad juvenil de Guzmán y Mendoza, pero no en la de Barnechea. Esto explicaría también la necesidad de enfatizar la conexión con los jóvenes de este último candidato en las declaraciones de los entrevistados que participaron en su campaña.

1.4. Componente género

Finalmente, en el caso de Mendoza, el componente género también fue muy importante para entender la identificación de los jóvenes con ella y el consecuente apoyo a su campaña electoral. Pese a que Mendoza no era la única candidata mujer durante las elecciones generales de 2016 (la otra candidata presidencial era Keiko Fujimori), el hecho de que Mendoza sea una candidata mujer, joven y de izquierda influyó en los entrevistados a la hora de decidir su participación en la campaña electoral del Frente Amplio. Ellos revelaron la importancia de este componente en las siguientes declaraciones:

²⁰ En la columna de opinión “Los Pequeños” para el diario La República, Eduardo Dargent señaló que Julio Guzmán, al igual que Verónica Mendoza, es joven, lo cual ayudó a mostrarse como alguien nuevo. Mientras que lo novedoso en Alfredo Barnechea fue que es un político de antaño que habíamos olvidado (2016, p. 5).

“Verónica [Mendoza] despertaba en mí esa alegría de una mujer. Me parece buenísimo que las mujeres empiecen a tomar las riendas del país” (Luis Nole).

“Eso también me jaló [conectó] más, porque [Mendoza] era una candidata mujer. Otra agrupación que tenía una candidata mujer era el fujimorismo, pero eso ni hablar” (Joven de Izquierda 1).

“Yo al menos decidí personalmente apoyar la campaña de Verónica Mendoza porque me interesaba que se habían rescatado las buenas cosas del proyecto de la Gran Transformación. [...] Además, que una mujer -eso también creo que es fundamental- tome las riendas del país me parecía muy interesante” (Juan Carlos Lara).

2. Factor propuestas políticas

Los jóvenes entrevistados también coincidieron en señalar las propuestas políticas de los candidatos como otra de las principales motivaciones que determinaron su participación en la campaña electoral. A partir de las declaraciones de los entrevistados, se pudo determinar que dichas propuestas políticas giraban alrededor de tres ejes: reforma del modelo económico, revolución educativa y ampliación de derechos civiles, políticos y sociales. Los entrevistados señalaron que los tres candidatos tenían propuestas relacionadas a la reforma del modelo económico, mientras que sobre el segundo y tercer eje, los entrevistados los relacionaban más con las propuestas políticas de Guzmán y Mendoza respectivamente.

2.1. Reforma del modelo económico

Los jóvenes entrevistados señalaron que los tres candidatos eran muy críticos con el modelo económico neoliberal vigente en el Perú y proponían cambiarlo. En este sentido, tanto Guzmán como Mendoza y Barnechea, criticaban la desigualdad económica y social que había generado dicho modelo económico en los últimos 30 años, así como el débil papel que el modelo y los

gobiernos de los últimos años le habían otorgado al Estado en relación al desarrollo económico y social del país. Esto se puede corroborar al leer las declaraciones de los candidatos en diversos medios de comunicación. Por ejemplo, Julio Guzmán criticó en una entrevista para la revista Poder el llamado “chorreo” económico:

“El chorro es un cuento chino que hace que los países salgan del subsuelo, y una vez que salen, ya no sirve para nada. El FMI ha sacado un estudio –el FMI que todos tildan de derechista- asegurando que el ‘chorreo no funciona’. Es un estudio en 150 países que dice que si tú reduces los impuestos a la gran empresa para que genere empleo, lo que te genera es desigualdad de ingresos y de oportunidades. Pero eso es lo que se ha venido haciendo en los últimos 30 años: chorro mezclado con la obsesión por la gran inversión. ¿Qué ha ocasionado? Un Estado que tiene dos ministerios: El MEF obsesionado por la gran inversión y otro por los programas sociales para los más pobres, para dejarlos callados de este enfoque obsoleto” (Rivera, 2016, p. 40)

En una línea parecida, Verónica Mendoza enfatizó la debilidad del Estado peruano con el actual modelo económico en una entrevista al diario La República:

“Planteamos recuperar al Estado de las garras de la corrupción, modernizarlo y ponerlo al servicio de la gente. [Proponemos] más y mejor Estado. Los últimos gobiernos han promovido el debilitamiento del Estado en su función reguladora y promotora del desarrollo económico, pretendiendo que todo se resuelve con el mercado. El Estado, en alianza con el sector privado, debe promover la diversificación productiva” (Patriau, 2016, p. 8).

Mientras que Alfredo Barnechea señaló que se debe cambiar el modelo económico actual por uno desarrollista similar al del primer gobierno de Belaunde (1963-1968).

“En estas elecciones solo hay dos modelos en confrontación, el que representa el fujimorismo, que ha dominado a los gobiernos que lo siguieron y significó la privatización sin competencia ni regulación, y el de la vuelta a las políticas desarrollistas de Fernando Belaunde, al papel

constructivo del sector público en alianza con el sector privado y la cooperación popular. El centro progresista” (La República, 2015).

Los entrevistados coincidieron en señalar que se sintieron atraídos por las propuestas políticas de estos candidatos, las cuales buscaban cambiar el statu quo económico y social que había generado el modelo neoliberal en el Perú. Así, promover la diversificación productiva, por ejemplo, fue una de las propuestas políticas que estos candidatos buscaban concretar. Otro tema que se tocó durante la campaña presidencial –y que los entrevistados también mencionaron- fue la renegociación del contrato de gas de Camisea.

En este tema, tanto Mendoza como Barnechea coincidieron en señalar dicho contrato como lesivo, abusivo y contrario a los intereses nacionales y que éste debía ser renegociado con las empresas encargadas de su explotación y exportación²¹. Verónica Mendoza declaró que "no es posible que el gas de Camisea se siga exportando mientras en Cusco un balón de GLP llega a costar más de 50 nuevos soles. El gas tiene que servir para el desarrollo nacional y no para el saqueo de unas cuantas empresas" (RPP, 2016) y para ello propuso lo siguiente: "Nosotros vamos a recuperar ese gas con nuestro plan nacional de masificación del gas, que cubrirá 2.5 millones de conexiones para 12 millones de peruanos" (El Comercio, 2016). Mientras que Alfredo Barnechea indicó que: "Nos están pagando poco. [...] El Perú dejó de percibir más de 2000 millones de dólares por una mala negociación" (Perú 21, 2016) y aseguró que "en una generación se puede tener un país industrializado y el primer paso para lograrlo

²¹ Al ser consultada en una entrevista al diario El Comercio sobre si Alfredo Barnechea había copiado su propuesta de renegociación de los contratos de gas, Verónica Mendoza señaló que estaba feliz de que otros candidatos suscriban dicha propuesta, pero la diferencia era que el tema venía siendo planteado por su agrupación política desde hace varios años (Sablich, 2016).

es tener un piso competitivo de energía. Podemos ser un polo de exportación de energía en América del Sur a través de la industrialización en petroquímica, usando el gas y la energía eléctrica” (La República, 2016).

También es interesante señalar como la puesta en debate de estos temas relacionados a las industrias extractivas generó que tanto Barnechea como Mendoza sean tildados de candidatos opuestos a la minería y a las inversiones privadas por parte de ciertos sectores empresariales y mediáticos. Ante esta situación, Mendoza declaró: “Sé que ha habido una estigmatización conmigo y con el Frente Amplio, pero necesitamos inversiones mineras que respeten las reglas” (Patriau, 2016). Mientras que Barnechea “insistió en que no está en contra de las empresas extractivas, sino que su ambición es que la relación entre aquellas y el Estado peruano sea lo más equilibrada posible” (La República, 2016).

Otras propuestas políticas que también despertaron el interés de la opinión pública durante la campaña fueron el aumento del sueldo mínimo vital a mil soles por parte de Verónica Mendoza y el subsidio de medicamentos para enfermedades más comunes y la construcción de un millón de viviendas en ciudades estratégicas por parte de Alfredo Barnechea (La República, 2016).

2.2. Revolución educativa

Sobre las propuestas políticas relacionadas a la reforma educativa, los entrevistados que participaron en la campaña electoral de Guzmán señalaron que dicho candidato propuso invertir en los talentos de las personas y en la

educación en general como forma de sacar adelante el Perú²². En este sentido, uno de los entrevistados describió esta propuesta de la siguiente manera:

“Apoyábamos más nosotros por las propuestas que él ponía en la mesa. Por ejemplo, los debates sobre ‘hay que invertir en los jóvenes porque los jóvenes son talentosos y con ese talento vamos a poder nosotros sacar adelante al país’. Lo que estaba diciendo es que invirtamos más en educación” (Abel Fabián).

Esta inversión en mejorar la educación incluía también políticas de alimentación, cuidado y protección de los menores de edad no solo desde los primeros años de vida, sino también desde la etapa pre natal²³. Una de las entrevistadas describió con mayor precisión dicha propuesta:

“Yo siempre he luchado por la educación porque pienso que nuestro país está muy bajo en educación y una de sus propuestas [de Julio Guzmán] era que él tenía que cuidar al niño desde el vientre de la madre. Hablar de la alimentación, hablar de la estimulación temprana, hablar de que el niño necesita capacitarse, aprender mediante el juego. [Habla también sobre] la educación, sobre el talento de las personas, sobre que los jóvenes no somos el futuro, sino el presente (lo cual era verdad)” (Jazmín Oropeza).

El periodista Gerardo Caballero resume muy bien el discurso de Guzmán sobre la educación en un extracto de su artículo “El amor en los tiempos morados”, escrito para el diario El Comercio:

“Guzmán [...] dirá que la principal riqueza de los países avanzados es el talento. Dirá que para desarrollar el talento es necesaria una revolución

²² En la entrevista “Julio Guzmán es el nuevo antifujimorismo” realizada al politólogo Carlos Meléndez para el diario El Comercio, Meléndez señaló que el tema de la educación estuvo más presente en el debate de lo que se creyó, ya que en el ámbito electoral, Guzmán despegó cuando se estuvo discutiendo la Ley Universitaria y el caso de los rectores rebeldes. Según Meléndez, en ese momento Guzmán apareció defendiendo la ley y jalando a Daniel Mora [congresista que impulsó la Ley Universitaria] a su equipo técnico (Vivas, 2016). En una línea similar, Ana Vergara (2016) señaló que Guzmán “logró aglutinar apoyo entre los jóvenes con el ‘No a la ley Cotillo’ y con propuestas como mantener el programa Beca 18 y crear el programa Crédito 100 para que jóvenes de la clase media también pudieran acceder a créditos estudiantiles” (p. 150).

²³ En un mitin en el muelle de Pimentel en Chiclayo, Guzmán “hizo énfasis en su propuesta de la llamada ‘revolución educativa’, cuyo eje principal es el trabajo con los menores de 0 a 5 años” (La República, 2016).

educativa desde el vientre de la madre. Dirá que, no obstante, ello no es posible por ahora, pues el Perú está secuestrado por los políticos tradicionales, los ‘dinosaurios’. Y dirá que, entonces, solo la libertad nos hará felices” (2016, p. A6).

Es interesante señalar también la conexión que percibían los entrevistados entre las propuestas políticas sobre educación de Guzmán con su historia de vida. Sobre esta última, el periodista Alfredo Pomareda (2016) relató de manera resumida el ascenso en la vida profesional de Julio Guzmán:

“Creció en el emergente distrito de San Martín de Porres. Tiene once hermanos. A los 15 [años] empezó a trabajar: era mensajero. Luego se hizo maestro de matemáticas y así se pagó la [Universidad] Católica²⁴. Consiguió un crédito estudiantil para lograr su maestría en la prestigiosa Universidad de Georgetown y dos años más tarde accedió a una beca integral en Gestión Pública en la Universidad de Maryland. En todas las instancias se graduó con honores. [Además], trabajó diez años en el BID, el Banco Interamericano de Desarrollo” (p. 34).

Dicha conexión les indicó a los entrevistados que, en parte, las propuestas del candidato se basaron en sus experiencias y dificultades vividas durante el ascenso de su exitosa vida profesional y académica, ya que según Pomareda, “Julio Guzmán es el testimonio vivo de un joven sin dinero nacido en un país de pocas oportunidades y que, aun con todo en contra, logró hacerse de una educación privilegiada y, por lo tanto, pudo acceder a grandes trabajos²⁵” (2016, p. 34). En este sentido, uno de los entrevistados reveló la atracción que le generaba esta historia de superación personal:

²⁴ Guzmán estudió la especialidad de Economía en la PUCP (Carreño, 2016).

²⁵ Según Ana Vergara (2016), “para construir su historia como candidato, Julio Guzmán recurrió a la trajinada estrategia del *self made man* que trabajó para pagar sus estudios, gracias a su record académico que le ayudó a encontrar soporte financiero. [En este sentido], Guzmán tiene una historia de superación a la cual cualquier sector joven o no podría aspirar” (pp. 146-148). En una línea similar, Carlos Meléndez señala que para ser candidato en el Perú, tienes que generar un estereotipo sociológico como el de Guzmán, encarnando al de origen humilde que se califica. A alguien de abajo, de San Martín de Porres, que se fue a Estados Unidos (Vivas, 2016).

“[Guzmán] había tenido una experiencia laboral y una formación académica súper admirables. Reconocí en él una persona que había logrado superar ciertos obstáculos para lograr a donde estaba y me gustaba no solo esa historia, sino las propuestas que venían detrás de esa historia a partir de su experiencia” (Carlos Oré).

2.3. Ampliación de derechos civiles, políticos y sociales

Los entrevistados que participaron en la campaña electoral de Mendoza señalaron también que dicha candidata defendía una serie de propuestas enfocadas en la ampliación de derechos civiles, políticos y sociales. Dichas propuestas se enfocaban en la protección de derechos sexuales, reproductivos, laborales, entre las cuales se encontraban la despenalización del aborto²⁶, el apoyo a la comunidad LGBT²⁷, a las políticas que luchan contra la violencia a la mujer, entre otras. Los entrevistados describieron la identificación que tenían con estas propuestas políticas:

“Las propuestas que comulgaban con lo que yo siempre he creído desde hace mucho tiempo. Este país es conservador, es machista, es patriarcal, es racista, es discriminador, es homofóbico y ella era todo lo contrario. Ella era como un abanico de modernidad para el Perú. [...] Ella significaba todos los postulados que yo apoyo como la legalización del aborto, el matrimonio gay, la despenalización del consumo de la marihuana medicinal y recreativo” (Luis Nole).

“Uno de los temas principales que yo simpatizaba con Verónica Mendoza y que podía verme reflejada en sus ideas era todo lo relacionado a su plan de derechos para la mujer, a su tema de poder hacer toda una reorganización del sistema judicial, del sistema policial para poder atender los casos de violencia; porque ya lo había tomado en cuenta en ese momento los derechos de la mujer, los derechos reproductivos, los derechos sociales, los derechos de las trabajadoras” (Claudia Castro).

²⁶ En una entrevista para el diario El Comercio, Verónica Mendoza señaló que la propuesta de su partido era implementar el protocolo de aborto terapéutico –para cuando la vida de la madre este en juego- y que la mujer pueda decidir si quiere continuar con un embarazo producto de una violación sexual (Pasquel y Sablich, 2016).

²⁷ Mendoza también ofreció leyes a favor de la comunidad LGBTIQ como la aprobación de leyes antidiscriminación, contra los crímenes de odio, de identidad de género y el apoyo al matrimonio igualitario entre personas del mismo sexo (La República, 2016).

“Fue por ella [Verónica Mendoza] que yo decidí apoyar la campaña. Me gustaba como se expresaba. Me gustaba que defendiera lo justo y que alzara la voz contra las injusticias. Me acuerdo también que apoyo el tema de la Unión Civil en su momento. Siempre se mostró bien abierta a hablar del tema y me acuerdo que siempre defendía a las mujeres. En ese tiempo no era tan visible la violencia contra la mujer, pero yo me acuerdo haberla escuchado hablar sobre el tema y defenderlo. Sus ideas se parecían mucho a las mías. Ella defendía las causas justas como yo también las defendía. Entonces, me sentía representada” (Natali Jáuregui).

3. Factor agrupación política

En los casos de Guzmán y Barnechea, los entrevistados señalaron que la atracción que les generó las agrupaciones políticas de los candidatos también influyó en su participación durante la campaña electoral. No obstante, en ambos casos lo que los jóvenes entendían por agrupaciones políticas era distinto. Así, mientras que los entrevistados que participaron en la campaña de Barnechea hacían referencia a la atracción que les generó el partido Acción Popular, los jóvenes que participaron en la campaña de Guzmán no se referían al partido Todos por el Perú, sino al movimiento de jóvenes seguidores de Guzmán que se estaba organizando dentro de dicho partido, los llamados Jóvenes Morados. Estos jóvenes –liderados por Julio Guzmán–, posteriormente formaron el Partido Morado.

En el caso de la campaña de Barnechea, los entrevistados revelaron que se sintieron atraídos por la historia, doctrina e ideales de Acción Popular. Ellos también revelaron que asociaban a Acción Popular con el recuerdo del ex presidente Belaunde y con el hecho de que ni él ni el partido habían estado

involucrados en escándalos de corrupción²⁸. Uno de los entrevistados describió a mayor profundidad dicha atracción:

“A mí me inspiró mucho el partido. [...] Acción Popular era un motor, porque tú llevabas la lampa [el símbolo del partido] a un distrito y la gente mayor lo reconocía y te decían: ¡Belaunde! En San Felipe, ibas a Marbella, a Limatambo, Ciudad Satélite, y todos recordaban a Fernando Belaunde. Eso me motivaba mucho. [...] El partido no tiene problemas de carácter de corrupción, y el caso Odebrecht que salió el año pasado dio a conocer que todos los candidatos, [que] todos los partidos estaban involucrados, menos justamente uno” (Ian Guimaray).

En cambio, los entrevistados que participaron en la campaña de Guzmán revelaron que no se sintieron atraídos por el partido Todos por el Perú, sino por el movimiento de los Jóvenes Morados que se estaba formando dentro de este último. Ellos señalaron que les atrajo el deseo de cambio y el compromiso de querer mejorar el país que demostraban los jóvenes miembros del movimiento²⁹. En este sentido, los entrevistados relataron con mayor precisión esta atracción que tuvieron por dicha agrupación:

“Me dio confianza. Compartíamos muchas de las ideas que yo tenía para el cambio de país. Me pareció gente muy honesta, muy transparente, gente como yo, profesionales y jóvenes que querían hacer cosas” (Joven Morado 1).

“Fueron los jóvenes, el grupo que se estaba formando [lo que me atrajo], porque era gente que tú veías que quería hacer las cosas [bien], que quería cambiar y mejorar el país” (Jean Pierre Franco).

²⁸ En relación a la imagen de honestidad y transparencia asociada al partido durante la campaña electoral, un artículo del diario La República (2016) citó las palabras de Alfredo Barnechea: “Acción Popular es el gran partido de centro que representa una tradición en este país. Para empezar, tiene una tradición de moralidad porque queremos llegar a Palacio de Gobierno sin compromisos con nadie. Somos un partido sin millones pero sin ladrones”.

²⁹ En el artículo “Guzmán ya juega en ligas mayores” del diario El Comercio, el politólogo Arturo Maldonado señaló que los “Jóvenes Morados” organizados por Julio Guzmán fueron un buen punto de arranque para la campaña, ya que tuvieron más tiempo para hacer activismo y esto, al mismo tiempo, le permitió a Guzmán tener gente en las calles. Sin embargo, Maldonado fue enfático al señalar que los Jóvenes Morados no eran una estructura partidaria y vaticinó que luego de la campaña los seguidores de Guzmán no seguirían yendo al local del partido (Caballero, 2016).

“Se consolidó un grupo, un núcleo fuerte de personas que compartíamos una corriente ideológica mutua, principios, valores” (Vicente Vásquez).

En conclusión, las motivaciones que determinaron la participación de los jóvenes en las campañas electorales de Julio Guzmán, Verónica Mendoza y Alfredo Barnechea giraron alrededor de tres factores: el candidato presidencial, las propuestas políticas de cada candidato y además, en los casos de Guzmán y Barnechea, la importancia de la agrupación política.

El factor candidato contenía cuatro componentes: el académico, el carismático, el etario y uno relacionado al género. Sobre el primer componente, los entrevistados que participaron en las campañas de Guzmán y Mendoza señalaron que se identificaron con las carreras profesionales de ambos candidatos: Economía y Educación respectivamente. Mientras que en el caso de Barnechea, los entrevistados que participaron en su campaña señalaron que se identificaban más con su perfil intelectual y su trayectoria académica por considerarla características necesarias para un candidato presidencial.

Sin embargo, la mayoría de entrevistados coincidió en señalar el segundo componente: el carisma del candidato, como una de las principales motivaciones que determinaron su participación en la campaña electoral. Dicho componente se basaba en la amabilidad/sencillez, sinceridad/coherencia y en la honestidad/transparencia que les generaba cada candidato durante la campaña.

Los entrevistados identificaron amabilidad en los tres candidatos y sencillez en los casos de Guzmán y Mendoza. No obstante, en el caso de Barnechea, la sencillez en su comportamiento no fue tan fácilmente percibida

debido a la vanidad que podía provocar su forma de ser y su comportamiento en público. Los entrevistados también identificaron sinceridad/coherencia en los tres candidatos, ya que sentían que estos últimos hablaban y actuaban en consecuencia con sus ideas, sin mentir ni fingir; y honestidad/transparencia, pues sentían que estos candidatos no eran ni serían corruptos.

El componente etario también fue mencionado por los entrevistados al señalar la conexión que tenía Barnechea con los jóvenes. Esta necesidad de enfatizar dicha conexión se debe a que Barnechea no es etariamente joven y tampoco es nuevo en la política; a diferencia de los casos de Guzmán y Mendoza en los que ambos candidatos fueron identificados como etariamente jóvenes y nuevos en la política. En el caso de Mendoza, el componente género también fue muy importante para entender la identificación de los jóvenes con ella, ya que el hecho de que Verónica Mendoza haya sido una candidata mujer, joven y de izquierda influyó en los entrevistados a la hora de decidir su participación en la campaña electoral del Frente Amplio.

Las propuestas políticas de los candidatos también fueron otras de las principales motivaciones que determinaron la participación de los jóvenes en la campaña electoral. Estas propuestas giraban alrededor de tres ejes: reforma del modelo económico, revolución educativa y ampliación de derechos civiles, políticos y sociales. Los entrevistados señalaron que los tres candidatos eran muy críticos con el modelo económico actual y por ello tenían propuestas relacionadas a la reforma del modelo económico. Entre las propuestas más

importantes se encontraban la diversificación productiva, la renegociación del contrato de gas de Camisea, entre otras.

Sobre el segundo y tercer eje, los entrevistados los relacionaban más con las propuestas políticas de Guzmán y Mendoza respectivamente. En este sentido, los entrevistados que participaron en la campaña electoral de Guzmán señalaron que dicho candidato propuso invertir en los talentos de las personas y en la educación en general como forma de sacar adelante el Perú. Entre las propuestas educativas de Guzmán se encontraban las políticas de alimentación, cuidado y protección de menores de 0 a 5 años y de madres gestantes. Los entrevistados también revelaron la conexión que percibían entre este tipo de propuestas con la historia de vida de Guzmán y la atracción que les generaba dicha historia de superación.

En el caso de Mendoza, los entrevistados señalaron que ella defendía una serie de propuestas que se enfocaban en la protección de derechos sexuales, reproductivos y laborales, entre las cuales se encontraban la despenalización del aborto, el apoyo a la comunidad LGBT y a las políticas de lucha contra la violencia a la mujer.

Finalmente, los entrevistados señalaron que, en los casos de Guzmán y Barnechea, la atracción que les generó las agrupaciones políticas de estos candidatos también influyó en su participación durante la campaña electoral. Sin embargo, mientras que los entrevistados que participaron en la campaña de Barnechea hacían referencia a la atracción que les generó el partido Acción Popular, los jóvenes que participaron en la campaña de Guzmán no se referían

al partido Todos por el Perú, sino al movimiento de jóvenes seguidores de Guzmán que se estaba organizando dentro de dicho partido, los llamados Jóvenes Morados.



CONCLUSIONES

Si bien los jóvenes han ido encontrando ciertas formas de expresión política que se alejan de las formas más tradicionales, parece ser que los partidos, especialmente sus candidatos y propuestas políticas, no han quedado completamente por fuera de su campo de interés. Esto se debe a que el interés de los jóvenes en la política se basa fundamentalmente en la búsqueda de lograr un cambio social en el país, el cual tiene más oportunidades de concretarse a través de agrupaciones políticas. No obstante, dichas agrupaciones solo serán relevantes siempre y cuando tengan candidatos carismáticos con propuestas políticas atractivas para el sector juvenil, especialmente durante periodos electorales. Esto último es importante, ya que es durante estos periodos que el interés en los candidatos y en la política aumenta considerablemente.

También es necesario señalar que ni la influencia de un candidato carismático ni la atracción que generen sus propuestas políticas son suficientes por sí mismas para despertar el involucramiento juvenil en partidos, ya que en contextos electorales, la participación juvenil partidaria solo será posible con la influencia simultánea del candidato y de sus propuestas políticas. En el caso de las propuestas políticas, su relevancia radica en que sean novedosas y atractivas al criticar constantemente el statu quo y proponer algo diferente a lo que ya se ha hecho, buscando generar grandes cambios. Además, logran diferenciarse de las propuestas del resto de candidatos, a quienes se les suele

tildar de 'tradicionales' y acusar de proponer más de lo mismo con el fin de mantener el statu quo. Mientras que en el caso de los candidatos políticos, su relevancia en la participación juvenil partidaria confirma el importante grado de personalización que ha sido señalado como una de las principales características de la política en la actualidad.

Esto a su vez, ha generado cambios en el comportamiento electoral, al mostrar que las características personales de los candidatos son muy importantes para los electores y ciudadanos en general. Además, el hecho de que sean percibidos como candidatos preparados pesa mucho en el apoyo que puedan generar entre los ciudadanos y especialmente entre los jóvenes, ya que, nuevamente, el hecho de tener las mejores propuestas políticas no basta si es que los candidatos no son percibidos por los ciudadanos como las personas más idóneas y preparadas para asumir el cargo al que están postulando. En consecuencia, tanto los candidatos como sus propuestas políticas deben ser percibidos por los jóvenes y ciudadanos en general como opciones reales de cambio para el país.

Es importante señalar también que la literatura existente sobre participación juvenil partidaria en el Perú solo se ha enfocado en estudiar dicho fenómeno en contextos no electorales, donde los factores analizados en esta investigación no adquieren mayor relevancia. Esto se debe a que los jóvenes estudiados en investigaciones previas no presentan las mismas características que los jóvenes estudiados en la presente investigación, ya que el mismo contexto electoral –por ser un periodo acotado de tiempo en donde se deciden

muchos cambios políticos fundamentales- determina que sus motivaciones de involucramiento, sus expectativas y sus experiencias resulten siendo completamente distintas a la de los jóvenes involucrados en partidos durante contextos no electorales. Por otro lado, estudiar solo las candidaturas de estos tres partidos es relevante, ya que fueron las que lograron movilizar el apoyo de un contingente juvenil importante en comparación con el resto de candidaturas y porque las diversas motivaciones que determinaron el apoyo a estos candidatos estuvieron relacionadas a los deseos de cambio y renovación presentes en los jóvenes.

Finalmente, si se piensan en las posibilidades a largo plazo de que se renueve cierto interés por la política, sobre todo entre los jóvenes, las lecciones que se pueden recoger de esta investigación son las siguientes: 1. Que lograr una conexión (o en todo caso, una reconexión) entre los partidos políticos y los jóvenes debe pasar por la presencia de líderes políticos con ciertos discursos y características personales que generen simpatía y apoyo entre los jóvenes. Dichos discursos deben estar enfocados en lograr el cambio social que el país necesita, sea a través de la educación, la ampliación de derechos o el cambio de modelo económico, mientras que las características personales deben reflejar valores como amabilidad, sinceridad, honestidad, entre otros similares; 2. Y que la sostenibilidad de la conexión entre jóvenes y partidos a mediano y largo plazo dependerá del desenvolvimiento político de los líderes partidarios para mantener su atracción y cohesionar el involucramiento juvenil inicial, no solo en beneficio de la supervivencia y regeneración de la agrupación política,

sino también para permitir a las nuevas generaciones canalizar sus demandas y desarrollarse políticamente.



BIBLIOGRAFÍA

- Alfredo Barnechea afirma que Acción Popular pasará a la segunda vuelta (17 de febrero de 2016). *La República*, p. 12.
- Alfredo Barnechea asume desafío por Acción Popular (21 de diciembre de 2015). *La República*, p. 11.
- Alfredo Barnechea: 'Nos están pagando poco por el gas de Camisea' (3 de marzo de 2016). *Perú* 21. Recuperado de <https://peru21.pe/politica/alfredo-barnechea-pagando-gas-camisea-212186>
- Acosta, G. (2011). Jóvenes en la política partidaria: Una aproximación a las organizaciones de juventud vinculadas a los partidos políticos en Colombia. *Anagramas*, 9(19), 51-68. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/angr/v10n19/v10n19a4.pdf>
- Aguilar, C. (21 de diciembre de 2015). Candidatos mienten al decir que nos harán crecer en un 6%. *La República*, p. 10.
- Aguilar, J. (2015). Identificación partidaria de los jóvenes mexicanos en el proceso electoral 2012. *Revista Mexicana De Ciencias Políticas Y Sociales*, 60(223), 95-132. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcyps/article/view/45381/40858>
- Asencios, D. (2016). *La ciudad acorralada: Jóvenes y Sendero Luminoso en Lima de los 80 y 90*. Lima, Perú: Instituto de Estudios Peruanos.
- Ayala, H. (2017). Las lógicas de las planchas presidenciales. En F. Tuesta. (Ed.), *Perú: Elecciones 2016 un país dividido y un resultado inesperado* (pp. 91-118). Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.
- Ayala, H. (2016). *Las oportunidades de estudio como incentivo: los jóvenes de Solidaridad Nacional y la militancia partidaria en el Perú contemporáneo*. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Bargel, L., y Petitfils, A. (2009). 'Militants et Populaires!' Une Organisation de Jeunesse Sarkosyste en Campagne. L'Activation Périodique d'une Offre Organisationnelle de Militantisme et ses Appropriations Pratiques et Symboliques. *Revue Française de Science Politique*, 59(1), 51-75. Recuperado de <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2009-1-page-51.htm>
- Barnechea dice que modelo económico no funciona y plantea ampliar clase media (18 de enero de 2016). *La República*, p. 9.

- Barnechea pide que Perú decida el destino del gas de Camisea (27 de enero de 2016). *La República*, p. 7.
- Barnechea, R. (2014). *Becas, bases y votos: Alianza para el Progreso y la política subnacional en el Perú*. Lima, Perú: Instituto de Estudios Peruanos.
- Bazán, S. (2016). Superando una doble traición. ¿Cómo llega la izquierda a las elecciones 2016?. En C. Meléndez. (Ed.), *Anticandidatos 2016: El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 155-172). Lima, Perú: Planeta.
- Caballero, G. (1 de marzo de 2016). El amor en los tiempos morados. *El Comercio*, p. A6.
- Caballero, G. (11 de febrero de 2016). Guzmán ya juega en ligas mayores. *El Comercio*, p. A2.
- Carreño, I. (16 de enero de 2016). El candidato que promete vencer a los dinosaurios. *La República*, pp. 16-17.
- Carreño, I. (25 de diciembre de 2015). El reto de pasar de ser el rey de Facebook a buscar ganar una elección presidencial". *La República*, p. 8.
- Cotler: 'Es un peligro que fujimorismo sea mayoría' (16 de febrero de 2016). *La República*, p. 11.
- Cross, W., y Young, L. (2008). Activism Among Young Party Members: The Case of the Canadian Liberal Party, *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 18(3), 257-281. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/17457280802227660>
- Dechezelles, S. (2008). Des Partis et des Jeunes. Les Droites Juvéniles dans l'Italie de Berlusconi. *Historie@Politique. Politique, Culture, Société*, 1(4), 1-14. Recuperado de <https://www.cairn.info/revue-histoire-politique-2008-1-page-14.htm>
- Deusdad, B. (2003). El concepto de liderazgo político carismático: Populismo e identidades". *Opción*, 19(41), 9-35. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/310/31004101.pdf>
- De Althaus, J. (5 de febrero de 2016). Guzmán: ¿estrella fugaz?. *El Comercio*, p. A8.
- El Partido Morado presentará candidatos en las elecciones 2018 (18 de marzo de 2017). *La República*. Recuperado de <http://larepublica.pe/politica/1024206-el-partido-morado-presentara-candidatos-en-las-elecciones-2018>
- Espinoza, V., y Madrid, S. (2010). *Trayectoria y eficacia política de los militantes en juventudes políticas*. Recuperado de

http://www.cl.undp.org/content/chile/es/home/library/democratic_governance/trayectoria-y-eficacia-politica-de-los-militantes-en-juventudes-.html

Estos son los 130 congresistas electos para el periodo 2016-2021 (22 de julio de 2016). *La República*. Recuperado de <http://larepublica.pe/politica/759379-estos-serian-los-130-congresistas-electos-para-el-periodo-2016-2021>>

Fernández-Maldonado, E. (2015). *La rebelión de los pulpines: Jóvenes, trabajo y política*. Lima, Perú: Otra Mirada.

Gas de Camisea debe servir al desarrollo nacional (29 de enero de 2016). *RPP Noticias*. Recuperado de <https://rpp.pe/politica/elecciones/veronika-mendoza-gas-de-camisea-debe-servir-al-desarrollo-nacional-noticia-933944>

Grandinetti, J. (2015). 'Mirar para adelante'. Tres dimensiones de la juventud en la militancia de Jóvenes PRO". En G. Vommaro, y S. Morresi (Coords.), *Hagamos equipo: Pro y la construcción de la nueva derecha en Argentina* (pp. 231-264). Buenos Aires, Argentina: Ediciones UNGS-Universidad Nacional de General Sarmiento. Recuperado de https://www.academia.edu/19234186/_Mirar_para_adelante._Tres_dimensiones_de_la_juventud_en_la_militancia_de_J%C3%B3venes_PRO._En_Gabriel_Vommaro_y_Sergio_Morresi_orgs._Hagamos_equipo._PRO_y_la_construcci%C3%B3n_de_la_nueva_derecha_en_Argentina_Ed._UNGS_2015

Hooghe, M., y Stolle, D. (2005). Youth Organisations within Political Parties: Political Recruitment and the Transformation of Party Systems. En J. Forbrig. (Ed.), *Revisiting Youth Political Participation. Challenges for Research and Democratic Practice in Europe* (pp.43-52). Estrasburgo, Francia: Council of Europe, Recuperado de https://pjp-eu.coe.int/documents/1017993/1380104/Revisiting_youth_politica.pdf/5476c081-1a5d-4139-96f7-2ada7bcc2766

Jave, I., y Uchuypoma, D. (2016). *Jóvenes y partidos políticos: dinámicas de la militancia en el Apra y el PPC*. Recuperado de <http://idehpucp.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/2016/11/J%C3%B3venes-y-partidos-politicos.-Din%C3%A1micas-de-la-militancia-en-el-APRA-y-el-PPC1.pdf>

JNE proclamó oficialmente resultados de elección presidencial en primera vuelta (9 de mayo de 2016). *Perú 21*. Recuperado de <https://peru21.pe/politica/jne-proclamo-oficialmente-resultados-eleccion-presidencial-primer-vuelta-217599>

Julio Guzmán creará el Partido Morado, agrupación con la que piensa postular en el 2021 a la Presidencia (24 de mayo de 2016). *Perú 21*. Recuperado

de <https://peru21.pe/politica/julio-guzman-creara-partido-morado-agrupacion-piensa-postular-2021-presidencia-218906>

La Rosa, R. (11 de abril de 2016). Alan se despide y Barnechea hace una invocación a jóvenes. *El Comercio*, p. 10.

Lanzan Movimiento Nuevo Perú (9 de noviembre de 2016). *Diario Uno*. Recuperado de <http://diariouno.pe/2016/11/09/lanzan-movimiento-nuevo-peru/>

Lizbona, A. (2012). La militancia de las y los jóvenes en Uruguay, ¿Su carrera política?. *Mirada Joven*, (2), 7-24. Recuperado de http://www.inju.gub.uy/innovaportal/file/20519/1/mirada_joven_n2__jovenes_y_participacion.pdf

Mendoza ofrece leyes a favor de comunidad LGBTI (17 de febrero de 2016). *La República*, p. 12.

NG, H. (2015). Pathways into Political Party Membership: Case Studies of Hong Kong Youth. *The Qualitative Report*, 20(9), 1527-1545. Recuperado de <http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol20/iss9/15>

Nuevo Perú, el partido que integra Verónica Mendoza, quiere inscribirse antes de octubre de 2018 (19 de enero de 2017). *La República*. Recuperado de <http://larepublica.pe/politica/841142-nuevo-peru-el-partido-que-integra-veronika-mendoza-quiere-inscribirse-antes-de-octubre-de-2018>

Nuevo Perú se separó del Frente Amplio (10 de julio de 2017). *RPP Noticias*. Recuperado de <http://rpp.pe/politica/congreso/nuevo-peru-se-separo-del-frente-amplio-noticia-1063201>

Núñez, P., y Cozachcow, A. (2016). Lluve, pero hay "alegría" en la ciudad: retrato del acto de lanzamiento de la campaña electoral 2013 de la juventud del Pro de la ciudad autónoma de Buenos Aires. *Postdata: Revista De Reflexión Y Análisis Político*, 2(1), 269-302. Recuperado de <http://www.revistapostdata.com.ar/v2/wp-content/uploads/2016/07/N%C3%BA%C3%B1ez-y-Cozachcow.pdf>

Pasquel, E. (13 de marzo de 2016). Barnechea vs. Verónica: ¿Quién ganará?. *El Comercio*, p. A9.

Pasquel, E., y Sablich, E. (6 de marzo de 2016). El modelo de Verónica. *El Comercio*, p. A2.

Patriau, E. (1 de enero de 2016). Hay una estigmatización conmigo: se necesita una minería que respete reglas. *La República*, p. 8.

Pomareda, A. (2016). Julio Guzmán: un outsider en guerra. *Poder*. 84(2), 30-37.

- Postulantes van a la conquista de votos en las regiones del país (31 de enero de 2016). *La República*, p. 10.
- Puémape, F., y Jiménez, F. (2017). El sueño de las elecciones internas: la selección de candidatos". En F. Tuesta. (Ed.), *Perú: Elecciones 2016 un país dividido y un resultado inesperado* (pp. 41-64). Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.
- ¿Quién es Alfredo Barnechea? Conoce el perfil del candidato presidencial de Acción Popular (27 de enero de 2016). *Radio Capital*. Recuperado de <https://www.capital.com.pe/actualidad/quien-es-alfredo-barnechea-conoce-el-perfil-del-candidato-presidencial-de-accion-popular-noticia-845760>
- Rivera, D., Toledo, R., y Grados, L. (2016). El problema es que nadie les da bola a los ciudadanos. Nadie los atiende, los tratan como mierda. *Poder*. 84(2), 38-47.
- Rojas, C. (2016). *Militancia de los jóvenes en partidos políticos que pertenecieron al sistema de partidos colapsado: casos del Partido Aprista Peruano, Partido Popular Cristiano y Partido Acción Popular*. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Secretaría Nacional de la Juventud. (2012). *Perú: resultados finales de la primera encuesta nacional de la juventud 2011*. Recuperado de <http://www.unfpa.org.pe/publicaciones/publicacionesperu/SENAJU-INEI-ENAJUV-2011.pdf>
- Tanaka, M. (1998). *Los espejismos de la democracia: El colapso del sistema de partidos en el Perú, 1980-1995, en perspectiva comparada*. Lima, Perú: Instituto de Estudios Peruanos.
- Tuesta, F. (1995). *Sistema de partidos políticos en el Perú 1978-1995*. Lima, Perú: Fundación Friedrich Ebert.
- Vásquez, M., y Cozachcow, A. (2017). Activismo juvenil en partidos con gestiones de gobierno a nivel subnacional en Argentina (2007-2015). *Revista de Sociología e Política*, 25(64), 47-72. Recuperado de <https://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/57135/34408>
- Vergara, A. (2016). 'Quisiera ser outsider'. Outsiders y antiestablishments en la actual campaña electoral Los casos de Urresti y Guzmán. En C. Meléndez. (Ed.), *Anticandidatos 2016: El thriller político de las elecciones 2016* (pp. 125-154). Lima, Perú: Planeta.
- Verónica Mendoza es elegida lideresa del movimiento Nuevo Perú (10 de diciembre de 2017). *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/politica/veronika-mendoza-elegida-lideresa-movimiento-nuevo-peru-noticia-480461>

Verónica Mendoza reitera: 'Aumentaré sueldo mínimo a S/. 1000' (26 de marzo de 2016). *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/politica/elecciones/veronika-mendoza-reitera-aumentare-sueldo-minimo-s-1-000-394135>

Vivas, F. (22 de febrero de 2016). Julio Guzmán es el nuevo antifujimorismo". *El Comercio*, p. A4.

Vivas, F. (6 de febrero de 2016). Dime por qué votas. *El Comercio*, p. A10.

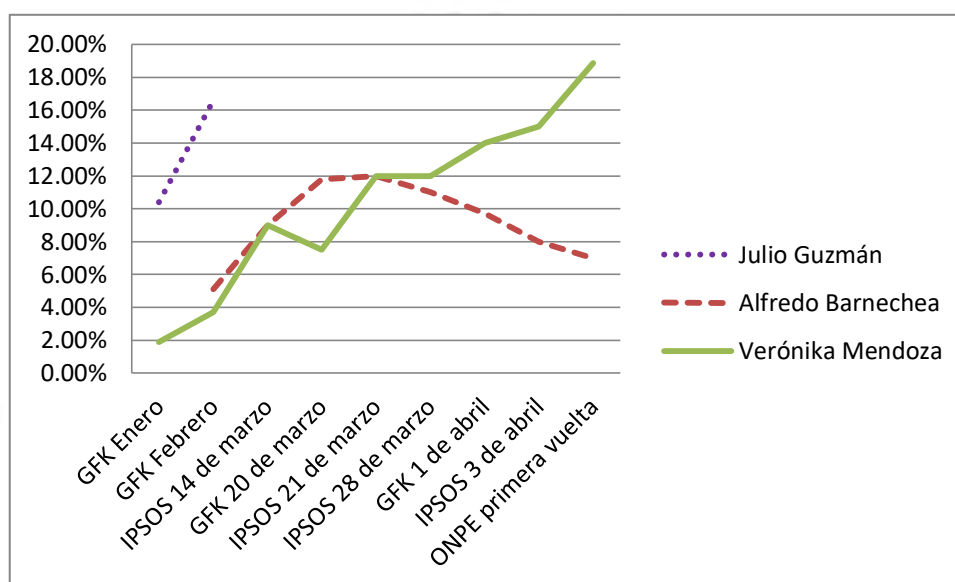
Zavaleta, M. (2014). *Coaliciones de independientes: las reglas no escritas de la política electoral*. Lima, Perú: Instituto de Estudios Peruanos.



ANEXOS

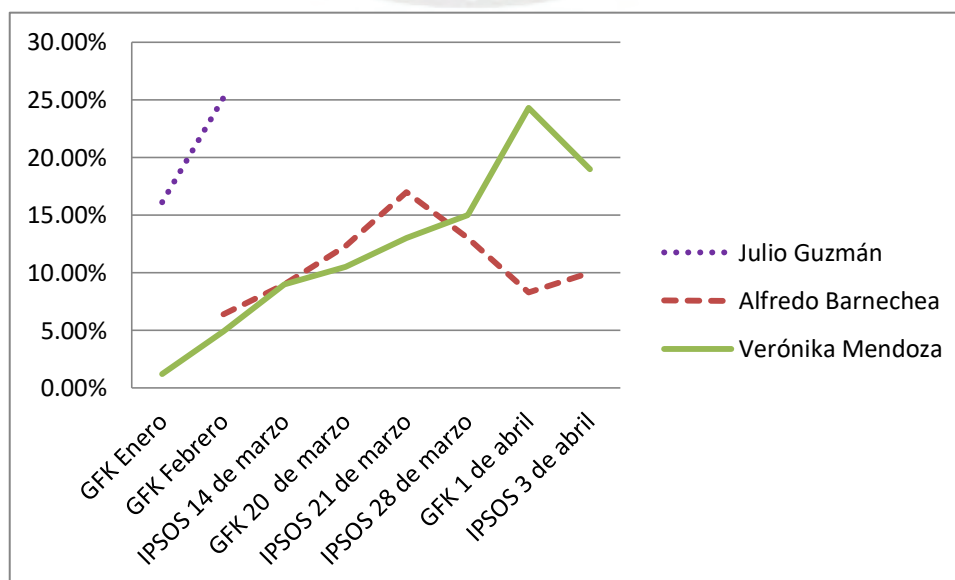
ANEXO 1. Encuestas sobre intención de voto en las elecciones generales del 2016.

GRÁFICO 1. Intención de voto en las elecciones del 2016



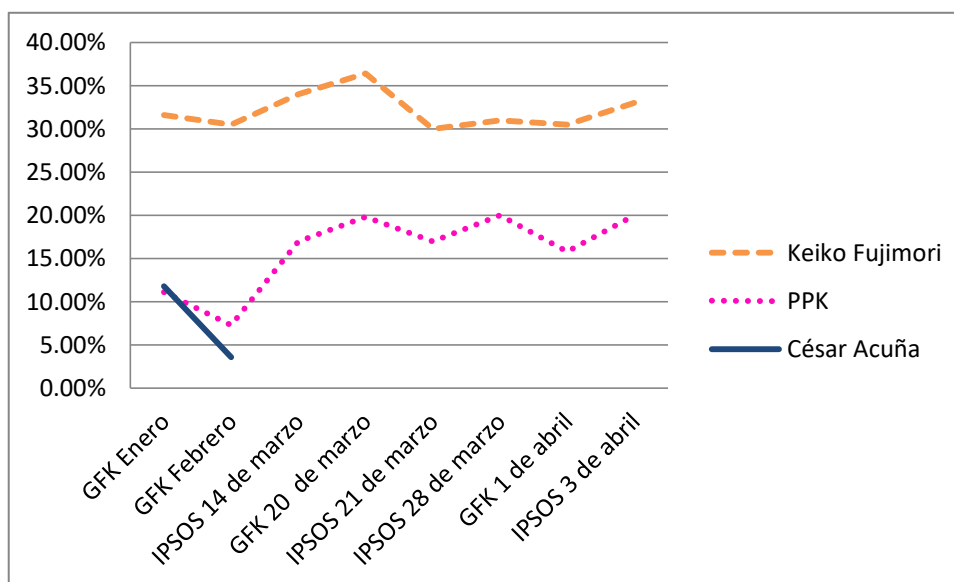
Fuente: IPSOS y GFK. Elaboración propia

GRÁFICO 2. Intención de voto en las elecciones del 2016 según edad (18-24 años)



Fuente: IPSOS Y GFK. Elaboración propia

GRÁFICO 3. Intención de voto en las elecciones del 2016 según edad (18-24 años)



Fuente: IPSOS Y GFK. Elaboración propia

ANEXO 2. Datos de los entrevistados.

| Nombre y Apellido | Edad | Lugar de Nacimiento | Distrito de Lima donde reside | Carrera | Universidad | Tipo de Universidad | Condición |
|-------------------|------|---------------------|-------------------------------|----------------------------|---------------------------|---------------------|------------|
| Abel Fabián | 29 | Huánuco | San Juan de Lurigancho | Economía | Federico Villarreal | Pública | Egresado |
| Alan Bravo | 24 | Lima | Chorrillos | Administración de Empresas | Federico Villarreal | Pública | Egresado |
| Carlos Oré | 22 | Lima | Lince | Periodismo | UPC | Privada | Estudiante |
| Cristian Huamán | 26 | Yauyos, Lima | San Martín de Porres | Contabilidad | Inca Garcilaso de la Vega | Privada | Egresado |

| | | | | | | | |
|---------------------|----|------------|------------------------|-----------------------------|--------------------|---------|------------|
| Eduardo Hinojosa | 27 | Lima | Cercado | Gestión y Alta Dirección | PUCP | Privada | Estudiante |
| Joven Morado 1 | 31 | Lima | Cercado | Sociología | San Marcos | Pública | Egresado |
| Jazmín Oropeza | 26 | Lima | San Juan de Lurigancho | Ciencias de la Comunicación | César Vallejo | Privada | Estudiante |
| Jean Pierre Franco | 28 | Lima | Santiago de Surco | Ingeniería Industrial | PUCP | Privada | Egresado |
| Juan Rivas | 28 | Lima | Villa El Salvador | Administración de Empresas | UNTELS | Pública | Egresado |
| Vicente Vásquez | 21 | Callao | San Borja | Derecho | UPC | Privada | Estudiante |
| Waldir Vásquez | 21 | Ancash | San Martín de Porres | Educación | UPC | Privada | Estudiante |
| Braulio Espinoza | 24 | Lima | San Juan de Lurigancho | Derecho | César Vallejo | Privada | Egresado |
| Carlos Mariátegui | 23 | Lima | Santiago de Surco | Ingeniería Industrial | PUCP | Privada | Estudiante |
| Claudio Barahona | 23 | Lima | San Juan de Lurigancho | Ingeniería de Sistemas | UPC | Privada | Estudiante |
| Diego Vásquez | 26 | Lima | Surco | Administración de Empresas | UPC | Privada | Egresado |
| Eduardo Rocca | 25 | Lima | San Juan de Lurigancho | Ingeniería Agroindustrial | USIL | Privada | Egresado |
| Gabriela Allicarima | 29 | Lima | San Juan de Lurigancho | Arquitectura | Federico Villareal | Pública | Egresada |
| Giorgio Delgado | 25 | San Martín | Miraflores | Economía | USIL | Privada | Egresado |
| Harold Acuache | 24 | Lima | San Juan de Lurigancho | Derecho | César Vallejo | Privada | Estudiante |
| Ian Guimaray | 25 | Ancash | Magdalena | Derecho | PUCP | Privada | Egresado |
| Javier Aguilar | 25 | Lima | Magdalena | Historia | PUCP | Privada | Egresado |
| Melissa Márquez | 27 | Ancash | San Juan de Lurigancho | Economía | Callao | Pública | Egresada |
| César Contreras | 21 | Lima | Villa El Salvador | Economía | PUCP | Privada | Estudiante |

| | | | | | | | |
|-----------------------------|----|------|-------------|-----------------------------|---------------------------|---------|------------|
| Claudia Castro | 21 | Lima | Jesús María | Derecho | PUCP | Privada | Estudiante |
| Cristal Vargas | 23 | Lima | Rímac | Sociología | San Marcos | Pública | Estudiante |
| Natali Jáuregui | 23 | Ica | Surco | Educación | UPC | Privada | Estudiante |
| Juan Carlos Lara | 22 | Lima | Chaclacayo | Economía | PUCP | Privada | Estudiante |
| Luis Nole | 27 | Lima | San Miguel | Ciencias de la Comunicación | Inca Garcilaso de la Vega | Privada | Egresado |
| <i>Joven de Izquierda 1</i> | 23 | Lima | Chorrillos | Sociología | Federico Villarreal | Pública | Egresado |

Abel Fabián, Alan Bravo, Carlos Oré, Cristian Huamán, Eduardo Hinostroza, *Joven Morado 1*, Jazmín Oropeza, Jean Pierre Franco, Juan Rivas, Vicente Vásquez y Waldir Vásquez participaron en la campaña presidencial de Julio Guzmán.

Braulio Espinoza, Carlos Mariátegui, Claudio Barahona, Diego Vásquez, Eduardo Rocca, Gabriela Allcarima, Giorgio Delgado, Harold Acuache, Ian Guimaray, Javier Aguilar y Melissa Márquez participaron en la campaña presidencial de Alfredo Barnechea.

César Contreras, Claudia Castro, Cristal Vargas, Natali Jáuregui, Juan Carlos Lara, Luis Nole, y *Joven de Izquierda 1* participaron en la campaña presidencial de Verónica Mendoza.

ANEXO 3. Guía de entrevista

Preguntas básicas:

- ¿Tú dirías que te interesa la política? ¿Por qué?
- ¿Por qué te interesó la política en el 2016?
- ¿Cómo fue que llegaste a Acción Popular/Todos por el Perú/ Frente Amplio?
- ¿Cuándo te involucraste con esta agrupación política?
- ¿Qué viste cuando llegaste? ¿Lo imaginabas así?
- ¿Qué actividades realizabas en la campaña?
- ¿Por qué te involucraste en este partido? ¿Qué te llamó la atención de ahí: el candidato, el partido o las propuestas del candidato/a?
- ¿Con que características del candidato/a sentías una mayor conexión?
- ¿Aún estás involucrado/a con dicho partido?
- ¿Te ves participando en alguna campaña presidencial en el 2021 (sea del mismo candidato/a o no) de la misma manera que lo hiciste en el 2016?