

Luces, cámara, acción: que pase el candidato

José Chau

Asistente de Investigación, Ipsos Public Affairs Perú

Mail: Jose.Chau@ipsos.com

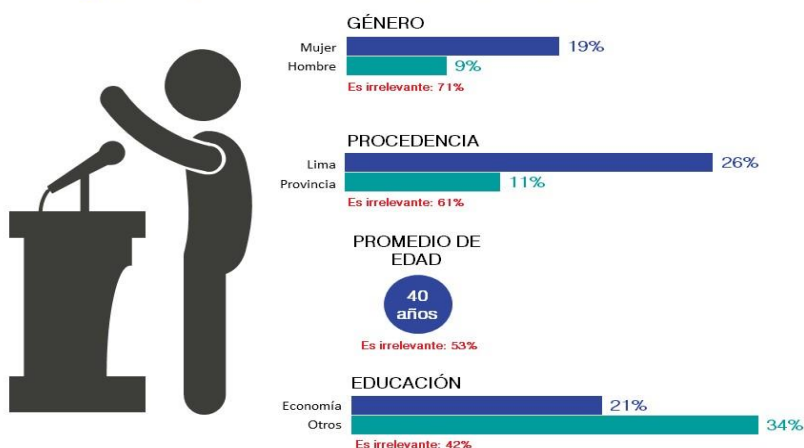
Miguel es abogado de profesión y quiere ser alcalde del distrito en el que vive hace más de 30 años. Se siente seguro de conocer los problemas de su barrio: delincuencia, limpieza pública, comercio informal, tráfico vehicular, por recordar los principales. Se auto describe como tímido -pero con liderazgo- sincero y comprometido. Considera que en la Facultad de Derecho aprendió a trabajar en equipo. Su carrera profesional la desarrolló en el área legal de transnacionales.

Por ello, Miguel se pregunta si al postular como candidato a la alcaldía de su distrito en las elecciones regionales y municipales del próximo 7 de octubre, contará con el voto de sus vecinos. Con la ley que prohíbe la reelección de alcaldes, es la oportunidad para nuevos líderes como Miguel, pero él, no tiene claro qué aspectos concretamente toman en cuenta los ciudadanos para elegir a una autoridad, más allá del carisma.

¿La experiencia es más importante que la preparación académica? ¿La capacidad de oratoria será mejor percibida que el tener un buen equipo de trabajo? ¿Tendrá mayor aceptación un candidato joven que borde los 30 años o la edad es indiferente? ¿Se valorará la capacidad de liderazgo, a pesar de ser nuevo en política? Ipsos Perú trató de buscar las respuestas a estas preguntas entre la opinión pública de Lima.

Para la mayoría de limeños, es irrelevante el aspecto demográfico, es decir, el género, edad y lugar de nacimiento del candidato. Sin embargo, para quienes sí consideran importantes dichos aspectos, hay una ligera inclinación por preferir a una mujer al mando (19%), por una persona nacida en Lima (26%) y por un adulto de 40 años (12%) en promedio. En el aspecto académico, destacan las profesiones de economía (21%), principalmente entre los jóvenes-adultos de 25 a 39 años (26%), y administración de empresas (11%).

¿Cómo prefiere al futuro alcalde de Lima?

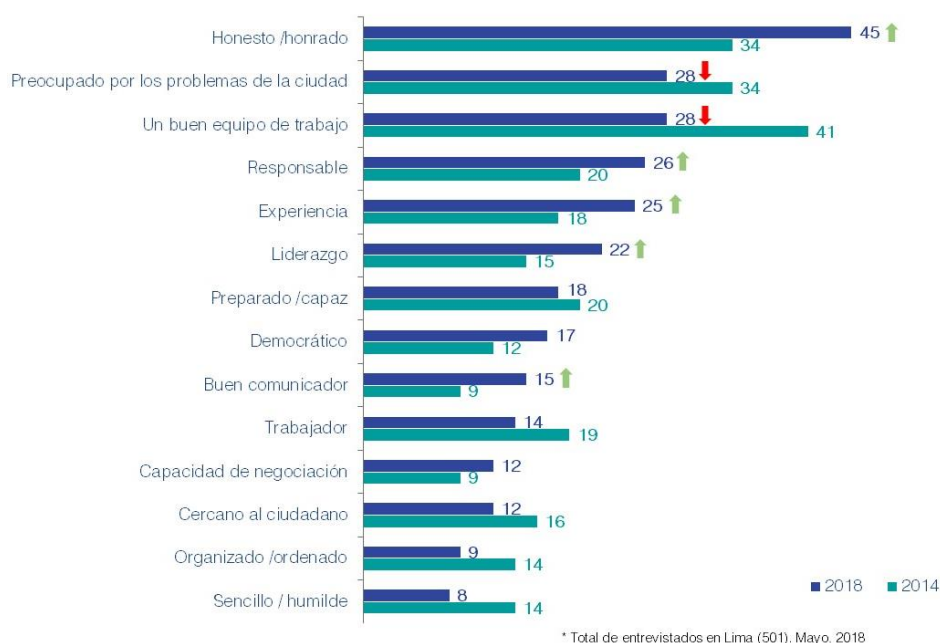


* Total de entrevistados en Lima (528). Julio, 2018

Así mismo, la opinión pública destaca tres características que el candidato a la Alcaldía de Lima debería tener para conseguir sus votos.

Los electores reclaman, por encima de otras características, a una persona honesta/honrada (45%). Los 11 puntos que escaló la honestidad con respecto al 2014, dejando atrás a un buen equipo de trabajo, tienen su justificación en los escándalos de corrupción de los últimos años, que implican a diferentes autoridades y que ha generado en la ciudadanía una mayor desconfianza hacia las personas que postulan a un cargo público.

De otro lado, estar preocupado por los problemas de la ciudad (28%) y tener un buen equipo de trabajo (28%) se ubican en el segundo y tercer lugar de prioridades respectivamente. La composición del equipo de trabajo sufrió la mayor caída entre el total de los atributos evaluados: 13 puntos con respecto al 2014.



En la carrera por los votos de los ciudadanos, entran en juego muchos factores tanto emocionales como racionales. Finalmente, cada candidato es un producto expuesto al juzgamiento público, por ello, deben estar preparados para hacer frente a diferentes situaciones. Recurrir al entrenamiento en manejo de medios de comunicación puede ayudarles a responder con mayor certeza a los retos de exposición pública que plantea una campaña.

Situaciones simples pueden cambiar en un segundo la percepción del electorado. El famoso episodio durante la campaña presidencial del 2016, cuando Alfredo Barnechea, candidato por Acción Popular, desistió de comer un chicharrón en un mercado rodeado de gente y de cámaras, es un ejemplo de esto. Aunque el caso le dio mayor exposición, influyó, sin duda, en la percepción de los electores.

Aspirar a un cargo público, y más de tanta envergadura como el de un alcalde municipal, demanda gran exposición mediática. Mueres o sobrevives en esta carrera, y Miguel lo sabe muy bien. En este sentido, es importante recordar, que la opinión pública se apoya de esas situaciones para motivar o desistir de su voto.